GRUPO FAMETRO

PROPOSIÇÕES DE SABERES NA ADMINISTRAÇÃO

Organizador

WENDERSON PINTO FARIAS

Editora Poisson

VOLUME 1

Organizador
Wenderson Pinto Farias

Proposições de saberes na Administração

Volume 1

1ª Edição
Belo Horizonte
Editora Poisson
2025

Editor Chefe: Dr. Darly Fernando Andrade
Conselho Editorial
Dr. Antônio Artur de Souza – Universidade Federal de Minas Gerais
Ms. Davilson Eduardo Andrade
Dra. Elizângela de Jesus Oliveira – Universidade Federal do Amazonas
MSc. Fabiane dos Santos
Dr. José Eduardo Ferreira Lopes – Universidade Federal de Uberlândia
Dr. Luiz Cláudio de Lima – Universidade FUMEC
Dr. Nelson Ferreira Filho – Faculdades Kennedy
Dr. Otaviano Francisco Neves – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Dra. Suelânia Cristina Gonzaga de Figueiredo - Fametro
Ms. Valdiney Alves de Oliveira – Universidade Federal de Uberlândia

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P87

Proposições de saberes na Administração – Volume 1/
Organização: Wenderson Pinto Farias – Belo Horizonte
MG: Editora Poisson, 2025

Formato: PDF
ISBN: 978-65-5866-481-9
DOI: 10.36229/978-65-5866-481-9

Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia

1. Administração 2. Gestão. 3. Produção I. FARIAS, Wenderson Pinto II. Título

CDD-658

Sônia Márcia Soares de Moura – CRB 6/1896

O conteúdo deste livro está licenciado sob a Licença de Atribuição Creative Commons 4.0.
Com ela é permitido compartilhar o livro, devendo ser dado o devido crédito, não podendo ser utilizado para fins comerciais e nem ser alterada.

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos seus respectivos autores.
Esse e outros títulos podem ser baixados gratuitamente em www.poisson.com.br
Entre em contato pelo contato@poisson.com.br

Organizador

WENDERSON PINTO FARIAS

Mestre em Literatura e Crítica Literária pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP. MBA em Administração, Contabilidade e Economia pelo Centro Universitário UniBF. Especialista em Gestão Educacional: Direção, Coordenação, Supervisão pelo Centro Universitário UniBF. Especialista em Letras: Português e Literatura pelo Centro Universitário UniBF. Especialista em Docência de Nível Superior pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. Licenciado em Letras: Língua Portuguesa e Literatura Brasileira pela Universidade Federal do Amazonas – UFAM. Licenciado em Pedagogia pelo Centro Universitário Dom Bosco – UNIDomBosco/Curitiba. Coordenador Pedagógico e Professor de Ensino Básico na Secretária de Educação e Desportos do Amazonas – SEDUC/AM. Professor de Ensino Superior nos Cursos de Gestão, Tecnológicos e Pedagogia no Centro Universitário FAMETRO. Membro do Grupo de Pesquisa Categorias da Narrativa – Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil/ CNPQ.

Prefácio

É com grande orgulho prefaciar o livro **Proposições de Saberes na Administração**; consiste no Trabalho Acadêmico de Conclusão dos alunos do Curso de Administração da Fametro - Unidade Zona Leste. A obra representa um valioso recurso para a compreensão e aprimoramento da Administração no ambiente das organizações. Todo o conhecimento e aprendizado aqui compartilhados são frutos de experiências reais, vivenciada pelos acadêmicos que tiveram a oportunidade de produzir conhecimento por meio da pesquisa científica.

A coletânea dos artigos que compõem o livro tem como objetivo de subsidiar futuras pesquisas por se tratar dos saberes da Administração e sua importância para organizações.

Nesse contexto as empresas buscam incansavelmente administrar seus negócios tornando-as eficiente e eficaz, através da flexibilização de suas estruturas hierárquicas organizacionais, otimização de recursos, aprimoramento de processos e desenvolvimento de gestores e equipes de alto desempenho, com foco na geração de valor para a cadeia de negócios e consequente aumento de lucro e rentabilidade.

A primeira sensação vem do fato de perceber que esta produção se vincula à prática acadêmica do processo de construção coletiva do conhecimento da administração que abrange os aspectos da mão de obra, método e procedimentos, comunicação, materiais, meio ambiente, meio físico.

Os artigos pretendem orientar as empresas através dos saberes de administração para gerenciar seus negócios com foco no mercado em que atuam. É como se os autores procurassem destacar o cotidiano, vivido e vivenciado em suas práticas na aprendizagem do ambiente acadêmico e replicassem o conhecimento através de ações intervenções baseadas nas observações, análises e bibliografias que versem sobre as ações propostas, mas tudo isso refletido e elaborado criteriosamente.

Torna-se constante a busca do conhecimento que proporcionem melhoria na tomada de decisão dos gestores. No contexto empresarial, os saberes da administração promovem a integração entre elas, bem como uma melhor utilização dos recursos disponíveis, gerenciando pessoas, processos, ativos e estratégias em um alinhamento comum em direção a um objetivo.

Diante do desafio, este livro aborda a aplicabilidade dos saberes de administração permitindo através do conhecimento adquirido a identificação dos problemas vivenciados no ambiente das organizações para compreender a realidade das empresas. Logo, esse livro apresenta uma coletânea de artigos diversificados na área de gestão para subsidiar conhecimento de futuros acadêmicos.

Aos leitores, espera-se que este livro seja mais do que uma fonte de informação, mas uma inspiração para enfrentar desafios, inovar, e desenvolver novas competências e habilidades em suas jornadas acadêmicas e profissionais.

Os temas dos artigos abordados nesse livro tratam dos mais diversos assuntos na área de uma empresa, proporcionando uma leitura atrativa, diversificada, e rica em contribuições e conhecimentos para o leitor.

Dentre eles:

1. Gestão Ambiental: Sustentabilidade e Estratégia Empresarial.
2. Método - Procedimentos: Elemento Estratégico de Gestão e Procedimento.
3. Comunicação Empresarial: Um Caminho para Gestão Contemporâneas.
4. Possíveis Reflexões sobre Gestão de Materiais para as Organizações.
5. Meio Físico nas Organizações Processos e Tipologia.
6. Recursos Humanos: Uma breve Reflexão bibliográfica sobre Capacitação de Gestores.
7. Literatura Brasileira e Administração: a Gestão através do texto literário.

Destaca-se também que este trabalho foi muito significativo para os autores envolvendo os alunos que tiveram a oportunidade de pesquisar diversas fontes de base científica para construção de seus artigos, acredito que tenha sido uma experiência muito gratificante para todos.

Na oportunidade parabenizo o prof. Me. Wenderson Pinto Farias que conduziu com esmero e competência os acadêmicos do Curso de Administração do Centro Universitário - Fametro Unidade Zona Leste, pelos trabalhos desenvolvidos, fruto de pesquisa e perseverança frente às adversidades vivenciadas. Haja visto a publicação do livro composta da coletânea dos artigos, esses textos irão contribuir significativamente para futuras pesquisas na área da Administração. Assim, foi possível a concretização dessa obra, com o comprometimento de todos os envolvidos, ofertando para a sociedade no geral fonte de pesquisa que poderão fazer uso dos novos conhecimentos para gerar novas pesquisas. É bom lembrar que as vitórias obtidas devem ser compartilhadas, como forma de evidenciar o trabalho sério desta instituição, com comprometimento com seus universitários e sociedade em geral.

Professora Me. Rejane Flores da Costa

SUMÁRIO

Capítulo 1: Possíveis reflexões sobre gestão de materiais para as organizações 08

Abraão de Souza Brito, Erisangela Arthiagas Feitoza, Joacely Mamedio dos Santos Gomes, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-481-9.CAP.01

Capítulo 2: Comunicação empresarial: um caminho para a gestão contemporânea.. 17

Adriane Farias Matos, Helaíse Daiane Rodrigues Farias, Suzy Mendonça Rodé de Souza, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-481-9.CAP.02

Capítulo 3: Gestão ambiental: sustentabilidade e estratégia empresarial 26

Adriana de Souza de Oliveira, Cesar Gomes Pereira, Kerolayne Vieira da Silva, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-481-9.CAP.03

Capítulo 4: Literatura brasileira e administração: a gestão através do texto literário 33

Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-481-9.CAP.04

Capítulo 5: Meio físico nas organizações: processos e tipologia 44

Gabrielly Andrade dos Santos, Jessica de Sousa Carvalho, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-481-9.CAP.05

Capítulo 6: Método organizacional: elemento estratégico de gestão e procedimento 53

Camila de Sousa de Jesus, Francirley de Lima Maciel Tavares, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-481-9.CAP.06

Capítulo 7: Recursos Humanos: uma breve reflexão bibliográfica sobre capacitação de gestores 60

Alex Júnior da Silva Amasifen, Elizabeth Guimarães de Carvalho, William Gonçalves Sousa, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-481-9.CAP.07

Capítulo 8: Uma ferramenta de gestão empresarial chamada Management..... 66

Laisa Lucy da Silva Alencar, Ramia Mota Ferreira, Wenderson Pinto Farias

DOI: 10.36229/978-65-5866-481-9.CAP.08

Capítulo 1

Possíveis reflexões sobre gestão de materiais para as organizações

Abraão de Souza Brito[1]
Erisangela Arthiagas Feitoza[2]
Joacely Mamedio dos Santos Gomes[3]
Wenderson Pinto Farias[4]

Resumo: A escolha da temática "Materiais" para o desenvolvimento do trabalho se deu após uma análise criteriosa das áreas da Administração que pudessem auxiliar o acadêmico, o professor e/ou pesquisadores da gestão em suas pesquisas. A área de gestão de materiais foi inicialmente identificada como a mais problemática da área de gestão. Contudo, ao lermos intensamente sobre o tema, pecebemos o quanto ele é interdisciplinar envolvendo temas, tais como: limitações financeiras, logísticas e de infraestrutura. Dessa forma, a opção por trabalhar a área de "Materiais" foi fundamentada pela necessidade imediata de não somente olharmos a gestão de materiais como estudo de suprimentos e estoques, mas também como aspecto diretamente ligado à eficiência operacional e à capacidade competitiva da empresa. Ao focar "Materiais" nesta discussão bibliográfica visamos promover um estudo que tenha impacto direto e tangível na organização.

Palavras-chave: Gestão de materiais; suprimento; estoque.

[1] Graduando do Curso de Administração - FAMETRO.
[2] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[3] Graduando do Curso de Administração - FAMETRO.
[4] Docente da disciplina Estágio Supervisionado II do Curso de Administração - FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

A principal ideia deste artigo é discutir como as empresas podem notar pistas para pôr em prática a gestão de materiais, isso faz com que a gestão de materiais possa ter uma determinação de alternativas para acesso a recursos, bem como para a eliminação de desperdícios em sua utilização e consequentemente modos de angariar vantagem competitiva ou eficiência/economicidade nas organizações.

Ao nos voltarmos à administração de recursos materiais – espécie no gênero dos recursos organizacionais – vem à tona a multiplicidade de processos envolvidos: gestão de estoques, compras, guarda e acondicionamento de bens, distribuição e administração patrimonial. Tudo isso molda o cerne de uma das principais atividades-meio das empresas.

Em nossas pesquisas evidenciamos que há uma lacuna na produção didática ou científica voltada à gestão de recursos materiais, o que nos motivou a decidir de tratarmos dessa temática. É nesse contexto que o presente artigo se insere. O intuito é prover uma abordagem bibliográfica à gestão de materiais, à luz das peculiaridades da gestão empresarial, colocando à disposição o ferramental necessário para que a máxima utilização dos recursos teóricos possa ser ofertados.

Cabe aqui mencionar que este artigo não deve ser interpretado como de conteúdo acabado. Não se trata de um manual que congrega instruções pouco flexíveis. Da mesma forma, não há a pretensão de esgotar a discussão sobre a gestão de materiais. Almeja-se tão somente incrementar a capacidade de reflexão dos gestores, bem como a fomentar a análise crítica afeta à construção das boas práticas administrativas concernentes, visando à inclusão da temática de forma mais contundente na agenda de gestão empresarial.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na administração moderna, a gestão eficiente de materiais é uma peça fundamental para o sucesso organizacional. Os materiais são todos os insumos e recursos necessários para a operação de uma empresa, englobando desde as matérias-primas utilizadas na produção até os produtos acabados prontos para a comercialização. “A administração de materiais visa a otimização dos recursos, garantindo o suprimento necessário para a produção, ao mesmo tempo que minimiza os custos de armazenagem e o capital investido em estoques” (DIAS, 2010, p. 21).

Assim, o foco está em garantir que os materiais estejam disponíveis quando necessários, mas sem acumular estoques em excesso, o que poderia aumentar despesas desnecessárias. Essa abordagem otimiza o fluxo de caixa da organização e maximiza a eficiência operacional, evitando tanto a falta quanto o desperdício de recursos.

A relevância da gestão de materiais se estende a diversos setores, como compras, controle de estoque, armazenamento e logística, sendo imprescindível para o bom desempenho e a competitividade das empresas. Dessa forma, compreender as melhores práticas de administração de materiais é essencial para qualquer organização que busca otimizar seus processos e alcançar resultados superiores.

Dias (2010, p. 50) destaca a importância dessa área ao afirmar que a administração de materiais é crucial para garantir o fluxo contínuo de insumos necessários à produção, enquanto minimiza o capital investido em estoques.

Ele, ainda, ressalta que a gestão eficiente dos materiais contribui diretamente para a redução de custos e para o melhor desempenho organizacional, uma vez que materiais representam uma parte significativa da estrutura de custos de uma empresa. A otimização dos estoques, além de evitar desperdícios e faltas de produtos, permite à organização manter sua competitividade no mercado. Dias (2010, p. 272) fala que

Até alguns anos atrás, o controle dos suprimentos era quase sempre atribuição secundária do gerente industrial ou de níveis hierárquicos inferiores e foi somente quando algumas empresas começaram a parar por falta de estoque de determinados produtos básicos que se reconheceu a importância de planejar e controlar o fluxo de materiais de forma científica e centralizada.

No entanto, esse processo pode demandar um tempo considerável e as organizações frequentemente enfrentam diversos desafios. Um dos principais desafios é a resistência à mudança por parte dos colaboradores. A introdução de novos materiais ou processos pode gerar insegurança e desconfiança, levando a uma diminuição na produtividade.

Para mitigar esse problema é essencial implantar estratégias de gestão de mudança que incluam treinamento adequado e comunicação clara sobre os benefícios das novas práticas. “Os desafios na implantação de sistemas administrativos envolvem a adaptação das organizações às novas metodologias, superando resistências internas e

gerenciando mudanças para garantir a eficiência e eficácia das operações" (CHIAVENATO, 2024, p. 503).

Nesse sentido a implantação refere-se ao início de um novo processo de estruturar a organização, ou seja, mudanças em seus procedimentos estruturais e sistêmicos. Esse processo inclui a preparação do ambiente, a configuração de novos métodos e a definição de papéis e responsabilidades. "A implementação e otimização nas organizações são fundamentais para garantir a adaptação contínua às mudanças do ambiente, melhorar a eficiência dos processos e alcançar os objetivos organizacionais de forma mais eficaz." (CHIAVENATO, 2004, p. 523).

Podemos observar, portanto, que a melhoria deve ser contínua mesmo com a resistência, a necessidade de implantação, implementação e otimização de áreas dentro das organizações, são processos para a melhoria e a adaptação às mudanças no mercado. Esses processos não apenas envolvem a introdução de novas práticas e tecnologias, mas também requerem uma abordagem cuidadosa para lidar com os desafios que surgem ao longo do caminho. A gestão eficaz mediante o processo de implantação, implementação e otimização é essencial para a melhoria e o sucesso a longo prazo das organizações, apesar dos desafios existentes a cada fase, entretanto cada etapa contribuirá para a eficácia geral e a capacidade da organização de se adaptar e prosperar em um ambiente competitivo.

2.1. DESENVOLVIMENTO DE PARCERIAS COM FORNECEDORES

No mundo empresarial, o sucesso de uma organização está ligado a eficácia da sua cadeia de suprimentos. E uma peça fundamental dessa cadeia é o relacionamento com os fornecedores.

Kotler e Keller (2012, p. 37) falam que para ter sucesso, uma empresa deve igualmente buscar vantagens competitivas fora de suas operações, nas cadeias de valor de seus fornecedores, distribuidores e clientes. Atualmente, é comum as empresas firmarem parcerias com fornecedores e distribuidores para criar uma rede para entrega de valor, também denominada cadeia de suprimento.

Os autores destacam que as parcerias com fornecedores são tão essenciais quanto a parcerias com seus clientes ou distribuidores, o desenvolvimento de parcerias estratégicas com esses fornecedores vai além de uma simples transação comercial, conhecer e entender seus fornecedores resulta numa base sólida para operação,

qualidade nos seus produtos, satisfação dos seus clientes e crescimento sustentável da empresa.

Kotler e Keller (2012, p. 211) comentam a importância desse processo: “confiabilidade de entrega, preço e reputação do fornecedor são extremamente importantes para produtos habitualmente pedidos”. Relacionamentos bem cultivados e baseados na confiança e na colaboração mútua não apenas resolvem desafios operacionais, mas também criam oportunidades para inovação e sucesso compartilhado.

Um dos pontos mais positivos dessa parceria é o início de uma cadeia de suprimentos mais eficiente e integrada. Quando a organização trabalha junto com seus fornecedores, todos ganham e todos podem trabalhar de maneira mais colaborativa. Dentro da organização quando precisamos necessariamente atender uma demanda urgente, é automático passar essa tarefa para aquele colaborador que mais temos confiabilidade e certeza que a executará com agilidade, precisão e qualidade em nosso cotidiano e em nossas relações é mais fácil confiarmos nossas tarefas ou afazeres em alguém que temos uma relação sólida.

Choppara e Meindl falam que “o relacionamento também tende a diminuir os custos envolvidos nas transações entre os diferentes níveis da cadeia de suprimentos” (2016, p. 272). Os autores também citam exemplos como: um fornecedor pode simplificar seu processo de previsão se confiar nos pedidos e nas informações de previsão que recebe do varejista. Da mesma forma, o varejista pode reduzir o trabalho necessário para o recebimento das mercadorias, diminuindo as verificações e inspeções, se tiver confiança na qualidade e na pontualidade das entregas do fornecedor. Em geral, diferentes etapas da cadeia de suprimentos podem evitar esforços duplicados, com base em um relacionamento mais forte e em maior confiança mútua.

Parcerias estratégicas com fornecedores transcendem o status de uma simples tendência; elas são essenciais para empresas que almejam se destacar em mercados globais. Uma colaboração genuína tem o potencial de converter a cadeia de suprimentos em uma fonte duradoura de vantagem competitiva.

Kotler e Keller (2012, p. 211) dizem que “existem tendências de utilizar apenas um fornecedor. Embora as empresas que usam vários fornecedores costumem citar o risco de greves trabalhistas como o principal motivo para não depender de uma única fonte de suprimento”.

Assim, podemos destacar outros pontos: dependência em excesso, além de greves pode acontecer de o fornecedor enfrentar outros problemas, falhar em entregar os produtos e/ou os serviços conforme o esperado e impactar diretamente a empresa. Risco de exclusividade, custos elevados onde os parceiros exigem investimentos significativos para se manter nas relações. Por isso, a importância em mitigar esses riscos, é crucial avaliar cuidadosamente os fornecedores, estabelecer contratos claros e manter uma comunicação aberta e contínua.

2.2. CADEIA DE SUPRIMENTO, ESTOQUE E CODIFICAÇÃO DOS MATERIAIS

A cadeia de suprimento, ou supply chain, refere-se à rede de organizações envolvidas na criação e entrega de um produto desde as matérias-primas até o consumidor final. O conceito abrange todas as etapas e processos necessários para transformar insumos em produtos acabados e distribuí-los ao mercado. A logística é uma parte crucial da cadeia de suprimento, focando na gestão do fluxo de bens e informações entre essas etapas.

De acordo com Chopra e Meindl (2016, p. 5), a cadeia de suprimento é definida como "uma rede de entidades e atividades envolvidas no fornecimento de produtos e serviços aos consumidores finais". A logística, por sua vez, é a gestão dos fluxos de materiais e informações ao longo dessa rede, buscando otimizar o custo e melhorar o nível de serviço ao cliente.

Portanto, a integração eficaz da logística com a cadeia de suprimento permite que as empresas respondam de maneira ágil às demandas do mercado e maximizem a eficiência operacional.

Já a gestão de estoques é uma área essencial da administração, envolvida no planejamento e controle dos níveis de inventário de uma organização. O estoque pode ser classificado de diversas maneiras, incluindo quantitativos, qualitativos e métodos de preservação.

O estoque quantitativo refere-se à quantidade de inventário mantida em mãos. O modelo de gestão de estoques quantitativos envolve a determinação da quantidade ideal de estoque para minimizar custos e atender à demanda. O modelo de quantidade econômica de pedido (EOQ) é um exemplo amplamente utilizado, que busca equilibrar os custos de manutenção e de pedido de estoques.

O estoque qualitativo trata das características dos itens estocados, como a demanda e a importância para a produção ou operação. O gerenciamento qualitativo considera a criticidade dos itens e pode envolver a categorização de inventário de acordo com seu impacto no negócio.

O estoque de preservação refere-se às práticas para garantir que os estoques mantenham sua qualidade ao longo do tempo. Isso inclui condições de armazenamento, controle de temperatura e manuseio adequado, que são essenciais para evitar a deterioração e perda de valor dos produtos.

Segundo Slack et al. (2010, p. 229), "a gestão de estoques envolve a coordenação de todas as atividades associadas à aquisição, armazenamento e uso de materiais e produtos". Uma boa gestão de estoques não apenas reduz os custos e riscos, mas também garante que a empresa possa atender às demandas dos clientes de forma eficaz.

Um outro elemento é a codificação de materiais que tem como objetivo é registar itens com todas suas características. Segundo Chiavenato (2005, p. 128),

Quando a quantidade de itens é muito grande, torna-se quase impossível identificar todos eles pelos seus respectivos nomes, marcas, tamanho etc. Para facilitar a administração dos materiais deve-se classificar os itens por meio de um sistema racional, que permita procedimentos de armazenagens adequados, operacionalização do almoxarifado e controle eficiente dos estoques. Dá-se o nome de classificação de itens à catalogação, simplificação, especificação, normalização, padronização e codificação de todos os materiais que compõem o estoque da empresa.

Assim, é necessário codificar os materiais e essa codificação pode ser feita também manualmente através de identificação em etiquetas adesivas através dos sistemas: numérico, alfanumérico e alfabético. Para facilitar a localização dos materiais armazenados no almoxarifado, as empresas utilizam sistemas de codificação dos materiais.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Despois dessas reflexões, percebemos o quanto é importante a temática materiais para o desenvolvimento e competitividade no mercado inserido no mundo empresarial.

A partir disso podemos ter uma visão clara de como a falta de organização no controle de materiais e a ausência de estratégias estruturadas em diversas áreas operacionais podem afetar negativamente uma organização.

Essas reflexões são essenciais para que os empresários tomem decisões embasadas e desenvolvam planos de ação eficazes, com o objetivo de otimizar seus processos produtivos, reduzir desperdícios e aumentar sua competitividade. Além disso, servem como ferramentas estratégicas para alinhar a empresa às melhores práticas de mercado, garantindo sua sobrevivência e expansão no mundo empresarial.

A partir dessa temática tivemos uma experiência bibliográfica enriquecedora e essencial para nossa formação acadêmica e profissional. Através da aplicação prática dos conceitos de administração, fomos capazes de analisar profundamente os desafios reais enfrentados pela empresa, compreendendo as interconexões entre áreas como gestão de materiais.

Essa discussão nos proporcionou não apenas a oportunidade de aprimorar nossas habilidades analíticas, mas também de desenvolver uma visão estratégica e crítica sobre como propor soluções viáveis para os problemas encontrados na gestão de materiais.

Além disso, entendemos a importância da pesquisa bibliográfica no desenvolvimento de estratégias que podem realmente impactar positivamente uma organização. Este aprendizado será fundamental para nossa atuação futura como administradores.

Isso também traz grande relevância da gestão de materiais para a empresa, ao promover melhorias que vão além do âmbito interno da empresa. Ao otimizar a gestão de materiais, reduzir desperdícios e aumentar a eficiência operacional, a empresa estará melhor preparada para oferecer produtos de maior qualidade, com preços mais competitivos, atendendo assim às demandas dos consumidores de forma mais eficaz.

Esse impacto positivo se reflete diretamente na satisfação dos clientes, que poderão contar com produtos mais acessíveis e que atendam às suas expectativas. Dessa forma, o fortalecimento da empresa gera benefícios para a economia local, como a criação

de empregos e o incentivo ao desenvolvimento de práticas empresariais mais sustentáveis e inovadoras.

REFERÊNCIAS

[1] ALMEIDA, Carlos. **Métodos de Pesquisa em Administração.** 4. ed. São Paulo: Editora Acadêmica, 2001.

[2] CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de materiais**: uma abordagem introdutória. 3. reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

[3] _____. **Teoria, Processos e Prática**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2000.

[4] DIAS, Marco Aurélio. **Administração de materiais**: uma abordagem logística, 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

[5] KOTLER, PHILIP; Keller, Kevin Lane. **Administração de marketing**. Tradução Sônia Midori Yamamoto; revisão técnica Edson Crescitelli. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

[6] SILVA, João. **Métodos de Pesquisas em Administração**. 3. ed. São Paulo: Editora Exemplo, 2014.

Capítulo 2

Comunicação empresarial: um caminho para a gestão contemporânea

Adriane Farias Matos[1]
Helaíse Daiane Rodrigues Farias[2]
Suzy Mendonça Rodé de Souza[3]
Wenderson Pinto Farias[4]

Resumo: O presente estudo bibliográfico acerca da comunicação empresarial é relevante para a sociedade contemporânea; em especial, para os colaboradores da Ótica Tucumã, visto que busca aprimorar a gestão e a eficiência da empresa, refletindo diretamente na qualidade dos produtos e serviços oferecidos. O objetivo deste artigo é mostrar, por meio de um levantamento bibliográfico, a importância da comunicação empresarial para uma gestão competitiva e suscitar as suas características no âmbito interno e externo de qualquer organização. Ao final identificamos que estes objetivos foram alcançados e que mostram caminhos pertinentes para um atendimento de qualidade e para o fortalecimento do papel de uma organização em mundo competitivo.

Palavras-chave: comunicação empresarial; comunicação interna; comunicação externa.

[1] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[2] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[3] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[4] Docente da disciplina Estágio Supervisionado II do Curso de Administração - FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

a) As reflexões teóricas as quais abordaremos neste artigo são pautadas a partir do diagnóstico organizacional do Estágio I do Curso de Administração da Fametro, o qual teve como objetivo identificar os pontos fortes e áreas de melhoria da Ótica Tucumã, utilizando uma metodologia abrangente baseada no modelo dos 10Ms.

b) Esse modelo, amplamente reconhecido no campo da gestão, avalia as principais dimensões operacionais e estratégicas de uma empresa, como gestão, mão de obra, máquinas, marketing, materiais, meio ambiente, meio físico, comunicação, métodos e financeiro. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários, o que permitiu uma análise detalhada das diversas áreas da ótica, destacando atributos que impulsionam o desempenho e os que necessitam de atenção para melhorias.

c) A escolha da temática relacionada à comunicação, com foco no diagnóstico dos 10Ms, foi motivada pela necessidade de compreender de maneira aprofundada os fatores que impactam diretamente o desempenho da Ótica Tucumã.

d) A comunicação eficiente é essencial para qualquer organização, e, no caso da ótica, a rápida evolução do mercado online e o aumento da competitividade tornam ainda mais crucial o aprimoramento das áreas de gestão de tecnologias e processos.

e) A análise dos 10Ms oferece uma visão holística dos principais aspectos da empresa, permitindo identificar pontos de melhoria e garantir um crescimento sustentável no setor ótico.

Para o Curso de Administração a relevância deste cabedal teórico que abordaremos está no fato de que ele oferece uma compreensão dos princípios teóricos abordados ao longo da formação, como gestão estratégica, eficiência operacional e análise organizacional.

Ao explorar a comunicação, como área da Administração, na Ótica Tucumã, nós alunas temos a oportunidade de vivenciar a análise crítica de processos de gestão, identificar pontos fortes e áreas de melhoria e propor soluções que podem ser implementadas em um cenário real.

Portanto, essas reflexões fortalecem a compreensão sobre como gerir uma empresa de forma eficaz e preparar futuros administradores para enfrentar desafios no mercado competitivo através da comunicação empresarial

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. COMUNICAÇÃO: UMA ARÉA ORGANIZACIONAL NECESSÁRIA PARA GESTÃO

O processo de comunicação é considerado de extrema importância, uma vez que através dele pode observar várias nuances pelas quais as organizações experimentam e desenvolvem durante seu ciclo criativo estratégico.

Segundo Chiavenato (2014, p.76), "a comunicação é um dos principais processos que afetam a eficiência e a eficácia da administração. É através da comunicação que os gestores conseguem transmitir objetivos, coordenar atividades e resolver conflitos".

A comunicação é um pilar fundamental na gestão em uma perspectiva organizacional, já que abrange todos os aspectos das interações diárias dentro de uma instituição.

Para garantir o sucesso dessas interações é relevante que a comunicação seja clara, objetiva e assertiva, permitindo que as informações sejam transmitidas de maneira eficaz e que as decisões sejam tomadas com precisão e rapidez.

Uma comunicação bem estruturada fortalece a colaboração entre equipes, alinha metas e garante que os processos fluam de maneira eficiente, contribuindo diretamente para o desempenho.

O processo comunicativo envolve elementos fundamentais, como o emissor, o receptor, a mensagem, o canal e o feedback. Esses elementos trabalham em conjunto para garantir que as informações sejam compreendidas e aplicadas de forma adequada.

A ausência de clareza em qualquer um desses componentes pode resultar em mal-entendidos e comprometer a qualidade do serviço prestado, especialmente em setores onde a precisão e a confiabilidade são essenciais, como o comércio de produtos óticos.

Além disso, é importante diferenciar e utilizar de forma estratégica os diferentes tipos de comunicação. A comunicação verbal, tanto na modalidade escrita quanto falada, permite transmitir informações específicas e objetivas, sendo vital para negociações,

atendimento ao cliente e instruções operacionais. Por outro lado, a comunicação não-verbal — que inclui gestos, expressões faciais e linguagem corporal — pode reforçar ou contradizer a mensagem verbal, influenciando a percepção dos clientes sobre a credibilidade e o profissionalismo da empresa.

Para uma ótica organizacional, compreender essas formas de comunicação e aplicá-las de maneira eficaz pode melhorar significativamente o atendimento ao cliente e a satisfação dos colaboradores.

O uso adequado de tecnologias de comunicação, hoje, como chatbots, redes sociais, e-mails e plataformas de videoconferência, possibilita um atendimento ágil e personalizado.

A análise crítica e reflexiva sobre as práticas comunicativas deve ser contínua, adaptando-as às necessidades dos clientes e às tendências do mercado, visando sempre a melhoria dos processos internos e a qualidade no relacionamento com o público.

Assim, a comunicação não é apenas uma ferramenta, mas uma competência estratégica na gestão empresarial, cuja eficácia depende da habilidade de adaptação e melhoria constante, considerando os diferentes contextos e públicos.

Portanto, em uma ótica organizacional, essa competência se traduz em um atendimento ao cliente de qualidade, na resolução eficiente de problemas e em uma cultura organizacional voltada para o crescimento e inovação. Isso impacta diretamente à comunicação interna e externa.

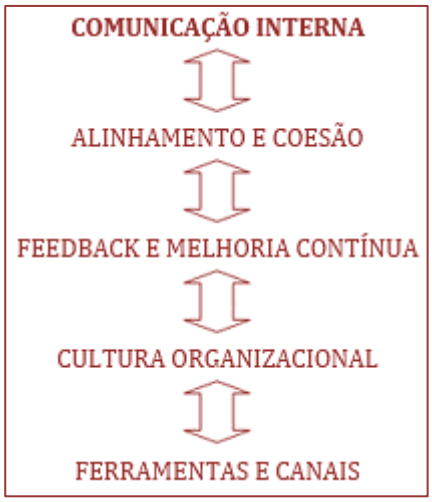
2.2. A COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA: SUAS PECULIARIDADES NO MERCADO ATUAL ONLINE

A comunicação interna e externa desempenha papéis distintos, mas complementares, no mercado atual, suas peculiaridades são essenciais para o sucesso das organizações. Podemos citar algumas das análises sobre cada tipo de comunicação:

2.2.1. COMUNICAÇÃO INTERNA

Esse tipo de comunicação refere-se à troca de informações entre membros de uma organização. Inclui comunicação entre gestores e colaboradores, entre departamentos e entre diferentes níveis hierárquicos.

Há peculiaridades que servem para distinguir a comunicação interna, como observamos:



Fonte: confeccionado pelas autoras desse artigo.

Como podemos perceber há uma interligação entre as peculiaridades que servem para distinguir a comunicação interna e cada uma delas tem seu próprio conceito:

O alinhamento e a coesão facilitam o alinhamento dos objetivos e valores da empresa, ajudando a manter a coesão e a colaboração entre equipes.

O feedback e a melhoria contínua permitem a coleta de feedback dos funcionários e a implementação de melhorias no ambiente de trabalho e nos processos.

A cultura organizacional contribui para o fortalecimento da empresa, promovendo um ambiente de trabalho positivo e engajado.

E as ferramentas e os canais utilizam ferramentas como e-mails, reuniões, intranets e plataformas de colaboração para garantir que as informações sejam disseminadas de maneira eficiente e eficaz.

Essas peculiaridades são essenciais para o bom desempenho dos processos estratégicos comunicacionais de uma organização que prima pela qualidade.

2.2.2. COMUNICAÇÃO EXTERNA

A comunicação externa envolve a interação da organização com stakeholders externos, como clientes, fornecedores, investidores e o público em geral.

Fonte: confeccionado pelas autoras desse artigo.

Como podemos perceber há uma interligação entre as peculiaridades que servem para distinguir a comunicação externa e cada uma delas tem seu próprio conceito:

A imagem e a reputação afetam diretamente a empresa no mercado. Uma comunicação externa bem gerida pode aumentar a confiança e a lealdade dos clientes.

O marketing e as relações públicas incluem estratégias de marketing e relações públicas para promover produtos, serviços e a marca. Envolvem campanhas publicitárias, mídias sociais e eventos.

A gestão de crises é crucial em situações de crise, dado que ajuda a controlar e mitigar os impactos negativos sobre a imagem da empresa.

A transparência e a credibilidade requerem transparência e consistência na comunicação para construir e manter a credibilidade com o público e os parceiros.

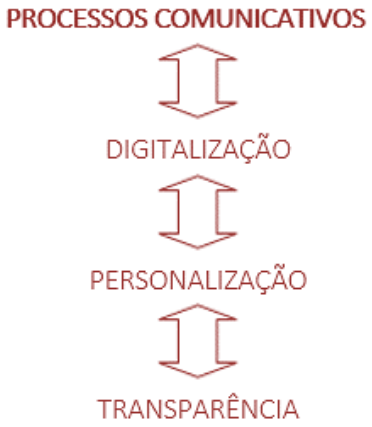
Essas peculiaridades que servem para distinguir a comunicação externa movem a engrenagem externa da empresa e atuam como molas propulsoras para seu processo eficaz.

2.2.3. MERCADO ATUAL E TENDÊNCIAS CONTEMPORÂNEAS

Segundo Kotler (2016, p. 312), "no ambiente empresarial contemporâneo, a comunicação deve ser adaptável e multicanal, utilizando ferramentas digitais para engajar efetivamente os consumidores e manter e a transparência e a autenticidade da marca."

As tendências contemporâneas para a otimização do processo comunicativo interno e externo tendem a ter várias especificidades, aqui abordamos as mais importantes:

2.2.4. TENDÊNCIAS CONTEMPORÂNEAS



Fonte: confeccionado pelas autoras desse artigo.

A digitalização é a utilização de plataformas digitais para melhorar a eficiência da comunicação interna e externa.

A personalização são estratégias de comunicação personalizada para engajar melhor o público-alvo e atender às necessidades específicas dos stakeholders.

A transparência é a maior demanda por autenticidade nas interações, especialmente nas mídias sociais.

No mercado atual, caracterizado por alta competitividade e digitalização, a comunicação interna e externa precisa ser ágil e adaptável. A integração de tecnologias digitais e a crescente importância das mídias sociais transformam a maneira como as empresas se comunicam, exigindo estratégias bem planejadas e executadas.

Essas tendências contemporâneas para a otimização do processo comunicativo interno e externo, portanto, são os pontos fulcrais para organização, pois facilitam a reflexão e o entendimentos de qualquer processo estratégico de comunicação.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

a) Ao final desse artigo, percebemos a relevância da comunicação empresarial como estudo para qualquer organização contemporânea, visto que mostra a oportunidade de obter um diagnóstico aprofundado de suas operações em uma organização.

b) Essas reflexões teóricas desenvolvidas oferecem percebermos uma visão clara das tendências da comunicação empresarial como ferramenta fulcral à gestão estratégica e o relacionamento com colaboradores e stakeholders.

c) O levantamento bibliográfico acerca da comunicação empresarial nos possibilitou identificar oportunidades de aprimoramento e desenvolvimento, fornecendo recomendações intrínsecas para otimizar processos de relacionamento interpessoal, melhorar a competitividade e fortalecer a presença no mercado ótico, especialmente em seu modelo de negócios online.

d) O estudo teórico sobre a comunicação organizacional oferece, assim, uma oportunidade única de fomentar os conhecimentos adquiridos durante o curso de Administração, possibilitando uma análise real de um processo comunicacional.

e) Além de possibilitar, mesmo que teoricamente, habilidades essenciais, como diagnóstico empresarial, análise estratégica e tomada de decisões baseadas em dados concretos.

f) Tudo isso, nos leva a essa experiência teórica que nos proporcionou um entendimento mais profundo sobre os desafios de gestão em empresas do setor ótico nos preparando para futuras responsabilidades profissionais e contribuindo significativamente para nossa formação acadêmica e profissional.

REFERÊNCIAS

[1] CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração. 7. ed**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2004.

[2] _____. **Gestão de Pessoas: O Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações.** 4. ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2014.

[3] _____. **Administração: Teoria, Processo e Prática.** 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

[4] KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Marketing Management.** 15. ed. Pearson, 2016.

[5] KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Comunicação nas Organizações.** 3. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

[6] OLIVEIRA, J. da S. **Comunicação Organizacional:** Teoria e Prática. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2017.

[7] OLIVEIRA, J. F. **Gestão da Comunicação Corporativa***:* Estratégias para um Ambiente Organizacional Saudável. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

[8] RODRIGUES, A. B. **Comunicação Empresarial:** Teoria e Prática. 2. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

[9] SANTOS, M. L. **Comunicação Interpessoal no Ambiente de Trabalho.** Curitiba: Editora Juruá, 2019.

[10] TORRES, C. A. **Comunicação Digital e Negócios Online:** Estratégias para o Século XXI. Rio de Janeiro: Editora Futura, 2010.

Capítulo 3

Gestão ambiental: sustentabilidade e estratégia empresarial

Adriana de Souza de Oliveira[1]
Cesar Gomes Pereira[2]
Kerolayne Vieira da Silva[3]
Wenderson Pinto Farias[4]

Resumo: O tema gestão ambiental enfatiza a responsabilidade social dos cidadãos e a necessidade de preparar as futuras gerações para os desafios ambientais. Essa ideia faz-nos entender que este levantamento bibliográfico não apenas contribui para o fortalecimento das práticas sustentáveis em organizações particulares, mas também enriquece a formação desses cidadãos, alinhando teoria e prática, sustentabilidade e estratégia empresarial em um campo que se torna cada vez mais relevante na administração contemporânea.

Palavras-chave: gestão ambiental; sustentabilidade; estratégia empresarial.

[1] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[2] Graduando do Curso de Administração - FAMETRO.
[3] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[4] Docente da disciplina Estágio Supervisionado II do Curso de Administração - FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

Esta revisão bibliográfica surge a partir do diagnóstico organizacional do Centro Educacional Santa Etelvina (C.E.S.E.) durante o Estágio I, realizado por nós, alunos do Curso de Administração da Fametro, o qual teve como objetivo analisar a estrutura, processos e práticas da instituição, identificando pontos fortes, fraquezas e oportunidades de melhoria.

Utilizando o modelo dos 10 M`s (Gestão, Recursos Humanos, Máquina, Marketing, Materiais, Meio Ambiente, Meio Físico, Comunicação, Procedimentos e Financeiro), a pesquisa forneceu uma visão holística da organização, destacando a gestão ambiental como um tema relevante a ser desenvolvido mais a fundo.

Apesar de algumas práticas de proteção ambiental já estarem em vigor na escola, como a economia de água, foram identificadas lacunas significativas, especialmente na coleta de lixo seletiva e na economia de energia elétrica, evidenciando um olhar mais atento e necessidades de melhorias.

A escolha do tema sobre gestão ambiental surgiu da necessidade de alinhar as operações da escola com as exigências atuais de sustentabilidade e responsabilidade social.

A gestão ambiental não apenas contribui para a preservação dos recursos naturais, mas também melhora a imagem institucional, atraindo famílias que valorizam práticas sustentáveis.

Assim, essa revisão bibliográfica neste artigo visa não apenas diagnosticar a situação atual da gestão ambiental, mas também refletir melhorias que possam fortalecê-la como um segmento da Administração comprometido com a educação integral e a sustentabilidade social do cidadão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. GESTÃO AMBIENTAL E SUAS DEFINIÇÕES

A gestão ambiental pode ser definida como um conjunto de práticas e estratégias organizacionais voltadas para o uso responsável dos recursos naturais e a minimização dos impactos ambientais das atividades humanas. No contexto empresarial, a gestão ambiental não apenas auxilia no cumprimento das regulamentações legais, mas também atua como “um importante instrumento de competitividade, gerando valor econômico e

reputacional para as empresas" (KRUGLIANSKAS e PINSKY, 2014, p. 63). Conforme ainda Kruglianskas e Pinsky (2014, p. 63), a gestão ambiental é um instrumento essencial para aumentar a competitividade organizacional, uma vez que empresas que se antecipam e adotam práticas sustentáveis tendem a criar um diferencial estratégico significativo.

Assim, a gestão ambiental é um caminho da Administração que se desenvolve de forma dinâmica e eficaz, trazendo um frescor contemporâneo para as organizações não somente no Brasil, como também em todo o mundo.

2.2. SUSTENTABILIDADE COMO FUNÇÃO ESTRATÉGICA DA GESTÃO ESTRATÉGICA

A gestão ambiental tem se consolidado como um importante instrumento gerencial, fundamental para criar condições que aumentem a competitividade das organizações (KRUGLIANSKAS e PINSKY, 2014).

Uma outra ideia sobre a temática vem de Barbieri (2007), que enfatiza acerca das empresas que se antecipam às novas demandas por meio de ações autênticas e consistentes, conseguindo estabelecer um diferencial estratégico significativo.

Isso faz com que o papel da sustentabilidade passe de ser apenas uma função de proteção ambiental para se tornar uma função estratégica essencial para as organizações como um todo.

Portanto, as empresas que incorporam "a sustentabilidade como elemento essencial da gestão ambiental em suas decisões estratégicas não somente adicionam valor aos bens intangíveis da organização" (TACHIZAWA e ANDRADE, p. 2008), como também conseguem uma vantagem competitiva em relação as demais, principalmente quando se trata das tecnologias ambientais.

2.3. TECNOLOGIAS AMBIENTAIS

A gestão ambiental tem se tornado um componente essencial nas organizações contemporâneas, desempenhando um papel fundamental na promoção da sustentabilidade e na construção de vantagem competitiva.

Assim, conforme destaca Barbieri (1997), a adoção de tecnologias ambientalmente saudáveis, que protegem o meio ambiente e utilizam recursos de forma mais eficiente, são

cruciais para que as empresas se mantenham competitivas em um mercado cada vez mais exigente.

A integração de práticas como a proteção ambiental, programas de economia de recursos como água e energia, e a gestão eficaz de resíduos, além de minimizar os impactos ambientais, mas também otimiza processos internos, resultando em redução de custos e melhorando o desempenho operacional, que impacta diretamente, por exemplo, nas políticas públicas que orientam a proteção ambiental.

2.4. PROTEÇÃO AMBIENTAL E POLÍTICAS PÚBLICAS

A proteção ambiental é um elemento central da gestão ambiental e envolve a adoção de tecnologias e práticas que minimizem os impactos ambientais.

Conforme destacado por Barbieri (1997), as "tecnologias ambientalmente saudáveis são aquelas que protegem o meio ambiente; são menos poluentes, utilizam recursos de forma mais sustentável, reciclam mais resíduos e tratam os despejos de maneira aceitável".

É fundamental que governos e empresas incentivem o uso dessas tecnologias por meio de políticas públicas e investimentos em pesquisa. A conscientização da sociedade sobre a importância da sustentabilidade também é importante.

Em suma, as tecnologias ambientalmente saudáveis não apenas beneficiam o meio ambiente, mas também oferecem oportunidades de desenvolvimento econômico e social para as futuras gerações.

2.5. PROGRAMAS DE ECONOMIA DE ENERGIA

Os programas de economia de recursos visam a redução do uso de insumos como água e energia, além de minimizar o desperdício. A Embraco[5], por exemplo, implementou práticas que buscavam reduzir o consumo de água e energia dentro de suas operações por

[5] A Embraco é a maior fabricante de compressores herméticos para refrigeração do mundo, tendo seus produtos vendidos em mais de 80 países. A atuação da empresa se destaca por iniciativas sustentáveis com enfoque na produção mais limpa, bem como no investimento tecnológico e sua estratégia de inovação. Em novembro de 2011, foi considerada uma das 21 empresas-modelo em sustentabilidade no Brasil, de acordo com o Guia Exame de Sustentabilidade.

meio de comitês especializados e o uso de metodologias de melhoria contínua, como Kaizen[6].

Esses esforços resultaram não apenas em benefícios ambientais, mas também em significativas economias de custo para a empresa.

Os impactos positivos dessas iniciativas são múltiplos: além das economias financeiras geradas pela redução de insumos, empresas como a Embraco, fortalecem sua reputação como uma empresa comprometida com a sustentabilidade e a responsabilidade social.

Isso, portanto, se traduz em "um diferencial competitivo importante, atraindo clientes, parceiros e investidores que valorizam práticas empresariais alinhadas com os princípios do desenvolvimento sustentável" (KRUGLIANSKAS e PINSKY, p. 2014).

Para tudo isso, há um esforço tremendo das organizações que lidam diretamente com a gestão ambiental, pois é um segmento da administração em pleno desenvolvimento e concretização no que diz respeito sobre coleta e gestão de resíduos na órbita empresarial.

2.6. COLETA, GESTÃO DE RESÍDUOS E DESAFIOS DE IMPLEMENTAÇÃO

A coleta e gestão de resíduos são aspectos críticos da gestão ambiental. Um exemplo prático é a implantação de programas de logística reversa, que permite o retorno dos resíduos ao ciclo produtivo, como é o caso da reciclagem de sucata automotiva, que evita o descarte inadequado e promove a reutilização de materiais.

A implementação de tais programas exige uma infraestrutura adequada para coleta e tratamento dos resíduos, o que pode incluir parcerias com cooperativas de reciclagem e outras organizações que ajudam a operacionalizar esses processos. (SOUZA *et. al*, 2012).

Os desafios de implementação envolvem, também, a necessidade de uma mudança cultural e estrutural dentro das empresas.

[6] Kaizen é uma filosofia japonesa de aprimoramento contínuo que busca a eficiência máxima em qualquer processo. O próprio termo kaizen significa melhoria ou mudança para melhor em japonês, tornando a teoria autoexplicativa. No contexto da administração estratégica, o Kaizen é usado para aprimorar processos, reduzir custos, eliminar desperdícios e aumentar a produtividade das empresas.

Isso inclui superar a resistência interna à mudança e justificar os investimentos iniciais necessários para adoção de tecnologias e práticas sustentáveis. Além disso, "é necessário garantir que todas as partes interessadas, desde colaboradores até fornecedores" (KRUGLIANSKAS et.al, p. 87, 2014)., estejam alinhadas com os objetivos de sustentabilidade da organização, o que pode ser facilitado por meio de treinamento contínuo e iniciativas de conscientização da sociedade em geral.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A escolha de aprofundar mais sobre a cultura de Gestão Ambiental foi motivada por alguns fatores, dentre eles destacam-se a importância da sustentabilidade educacional, que contribui na formação cidadãos conscientes; a responsabilidade social da instituição, que demonstra compromisso com a preservação ambiental e com práticas sustentáveis; a eficiência operacional, que resulta em economia de recursos e a necessidade de conformidade com legislações que exigem a adoção de práticas sustentáveis.

A partir desses fatores, vale ressaltar a importância dessa revisão bibliográfica para a reflexão acerca da ampliação e implementação da cultura de Gestão Ambiental, na área de administração se torna indiscutível.

Em um contexto em que a sustentabilidade se torna cada vez mais crucial, considerando as atuais situações climáticas e ambientais, as organizações precisam integrar práticas ambientais em suas estratégias para garantir não apenas a conformidade legal, mas também a competitividade no mercado e a permanência dele, em um futuro já não tão distante.

Além disso, essas reflexões permitiram identificar e compreender as práticas sustentáveis já existentes, contribuindo para uma gestão mais eficiente dos recursos ambientais.

Isso nos leva a verificar a promoção da conscientização ambiental entre os sujeitos na sociedade, formando cidadãos mais responsáveis e engajados. Ademais, ao alinhar-se com as demandas sociais e legais por práticas sustentáveis, os sujeitos se posicionam como desenvolvedor da ideia da prática da educação ambiental.

Portanto, a há uma relevância fulcral nesse levantamento bibliográfico para a sociedade, já que é significativa, uma vez que demonstra o compromisso da instituição com a preservação ambiental, atraindo consumidores que valorizam a responsabilidade social.

Numa perspectiva empresarial, este breve estudo promove a conscientização ambiental na comunidade, desenvolve a melhoria da imagem institucional que pode trazer benefícios econômicos, como a atração de novas parcerias e a criação de produtos e serviços sustentáveis. Assim, o estudo fortalece a posição da organização no mercado e contribui para um futuro mais sustentável para todos.

REFERÊNCIAS

[1] BASTOS, C. L; KELLER, V. **Aprendendo a aprender**. Petrópolis: Vozes, 1995.

[2] BASTOS, J. E. de S., *et al*. **O uso do questionário como ferramenta metodológica: potencialidades e desafios**. Brazilian Journal of Implantology and Health Sciences. Volume 5, Issue 3 (2023), Page 623-636.

[3] GUIMARÃES, D. S.; D'ALBUQUERQUE, R. W. **O que é um Estudo de Caso e quais as suas potencialidades**. Sociedade e Cultura, Goiânia, v. 23, 2020.

[4] HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1997. 224 p. ISBN

[5] KRUGLIANSKAS, I.; PINSKY, V. C. **Gestão estratégica da sustentabilidade: experiências brasileiras**. São Paulo: Elsevier, 2014.

[6] MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

[7] OLIVEIRA, C. de M., *et al.* **As práticas de sustentabilidade ambiental e suas influências na nova formatação institucional das organizações.** Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, vol. 3, núm. 3, 2014, p. 90-106.

[8] PIANA, M.C. **A construção do perfil do assistente social no cenário educacional** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

[9] PICININI, F. E.; DIAS, T. F. **Gerenciamento do cronograma de projetos como fator de sucesso para sua execução: estudo de caso em uma empresa de calçados no vale do Paranhana/rs**. FACCAT, 2007. p. 61-85.

[10] SOUZA, J. de et *al.* **ANÁLISE DOCUMENTAL E OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE NA PESQUISA EM SAÚDE MENTAL**. Revista Baiana de Enfermagem, Salvador, v. 25, n. 2, p. 221-228, maio/ago. 2011.

[11] TACHIZAWA, T.; ANDRADE, R. O. B. **Gestão Socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

Capítulo 4

Literatura brasileira e administração: a gestão através do texto literário

Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo[1]
Wenderson Pinto Farias[2]

Resumo: O objetivo deste artigo é apresentar obras literárias que elencam temáticas importantes da gestão empresarial, ou seja, possíveis relações entre Literatura Brasileira e Administração. Conquanto, temos a exata dimensão da Literatura produzida no Brasil enquanto instrumento de aprendizagem, de reflexão e discussão para a Administração. Embora o foco deste artigo tenha sido o processo de aprendizagem voltado para acadêmicos de Administração, não há nada contrário de sua extensão ao ambiente corporativo, no qual pode ser desenvolvido na forma de seminários e encenações, havendo aí um amplo campo a ser ainda explorado. Assim, percebemos que as obras literárias são um vasto campo para estudos na área da Administração e um efetivo repositório de casos que pode ser explorado a partir de temas habitualmente tratados nessa área: liderança feminina, política, ética, recursos humanos, meio ambiente e sustentabilidade, ambiente organizacional, entre outros.

Palavras Chave: Literatura; administração, processo de aprendizagem.

[1] Docente da disciplina Estágio Supervisionado II do Curso de Ciências Contábeis - FAMETRO.
[2] Docente da disciplina Estágio Supervisionado II do Curso de Administração - FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

A possibilidade do uso da leitura e da discussão de obras literárias selecionadas para componentes curriculares de Administração traz à tona reflexões, teorias, exemplos, bibliografias num esforço de aprimorar o processo de aprendizagem no âmbito desse curso.

Dito isso, o objetivo deste artigo é apresentar obras literárias que elencam temáticas importantes da gestão empresarial, ou seja, possíveis relações entre Literatura Brasileira e Administração.

Aqui não se tem a pretensão eliminar as causas que deram origem à problemática leitora dos estudantes que chegam à universidade; quer sim evidenciar para o aluno de administração os vínculos existentes entre esses campos do saber – literatura e administração. E estimular, sobretudo nos alunos, o gosto por algo que os autores deste artigo entendem não só como prazeroso, mas fundamentalmente útil.

Além disso, o artigo quer expandir o leque de possibilidades de textos que traz temáticas que possam contribuir com discussões no campo da gestão empresarial, necessárias às futuras atividades profissionais do acadêmico de administração.

Portanto, a literatura oportuniza no campo da gestão, sem prejuízo do rigor técnico-científico no tratamento dos temas, as dimensões emocionais e lúdicas e habilidades de raciocínio lógico-analítico e formal, atividades raramente oportunizadas no currículo dos Cursos de Graduação em Administração.

2. LITERATURA: INSTRUMENTO DE APRENDIZAGEM NA ADMINISTRAÇÃO

Os domínios da literatura e da administração apresentam pontos em comum, uma vez que, a partir de uma, no caso a literatura, se estude e amplie o conhecimento da outra, a Administração.

A discussão desenvolvida por T. Fischer et.al. (2007) sobre essa ideia indica que

O texto literário é um poderoso recurso de aprendizagem, pois tem, como matéria-prima, a palavra, o discurso, que é a essência da gestão. Em segundo lugar, a integração entre a administração e literatura pode ser uma estratégia fecunda que favorece a criatividade e descoberta, já que possibilita o desenvolvimento de capacitações para sentir e conhecer. Por conseguinte, ele permite novas conexões entre redes relacionais de

conteúdos que são, aparentemente, dissociadas em campos disciplinares, mas integradas no mundo real. Em terceiro lugar, a literatura oferece incontáveis "mapas de sedução" que tornam o ensino uma atividade prazerosa, sendo inerente à disciplina entendida como um contexto organizacional (FISCHER. et al., 2007, p. 953).

A partir das ideias de Fischer et.al., a Literatura propicia um laboratório permanente para o estudo da natureza humana, seja ele focado no indivíduo ou no grupo. Conseguinte, o homem é protagonista, personagem principal nesse processo proposto pelo autor. Entretanto esse processo de aprendizagem não é tão somente a extração de insights e tecer conjecturas sobre o comportamento humano.

Pelo contrário, é um processo de aprendizagem interdisciplinar no qual não tem somente o recurso humano como protagonista ou opositor, mas também se inclui o ambiente organizacional no qual estão tramas, lutas pelo poder, status, vantagens, assim como conflitos, resistências, aliados e traições.

Percebemos, então, que a literatura explora com riqueza de detalhes, por vezes no limite, a natureza humana e o ambiente organizacional, tanto pelo lado dos sentimentos e emoções, quanto pelo da razão, sem descuidar do componente lúdico.

Isso faz com que entendamos a função do administrador nas organizações: perscrutar os corações e mentes da sua cadeia de colaboradores, bem como os da hierarquia superior, dos clientes, dos fornecedores, entre tantos, tentando inferir e se antecipar a comportamentos possíveis.

Nas palavras de Alves (2007, p. 12), nesse sentido, "[...] as obras literárias são também culturas organizacionais: constroem códigos, produzem representações, hierarquizam valores, projetam visões de futuro, organizam estratégias". O autor em outras palavras fala que essa é uma das funções do administrador frente a uma tomada de decisão ou, por exemplo, na defesa de um projeto frente à hierarquia.

Essa similaridade entre literatura e cultura organizacional é o grande desafio no processo de aprendizagem com os alunos do curso de administração, pois sempre se busca na obra literária indícios da função do administrador nas organizações: o levantamento de dados e fatos, a construção de cenários, a identificação dos atores (clientes, fornecedores, stakeholders em geral) e a relevância dos seus papéis, o estabelecimento de nexos entre os elementos apurados, tudo com o propósito de

convencer alguém, o tomador de decisão ou a si próprio, quanto à conveniência, certeza ou o menor risco da decisão a ser tomada.

Portanto, a literatura como instrumento de aprendizagem, pela ampla liberdade de recursos e licenças conferidas ao autor, se apresenta rica para ser explorado em diversas situações vivenciadas na prática da administração.

Daí surge uma questão instigante: pode a Literatura, suas técnicas e seus elementos, em relação ao processo de aprendizagem, suplantar a Administração na sala de aula?

Essa questão é, digamos, um tanto apelativa. Mas antecipadamente respondemos: não, a Literatura nunca irá superar a Administração nas salas de aula.

A Literatura, suas técnicas e seus elementos ajudam com o recurso análogo a Administração. Por vezes essa associação se revela direta, imediata, entre o processo administrativo e as obras literárias. Essa estratégia também aproxima e facilita o livre trânsito da Literatura à Administração e vice-versa, havendo um efetivo ato de convencimento para envolver e persuadir o leitor.

Além disso, o que se pretende na sala de aula com alunos do Curso de Administração quando se utiliza a Literatura no processo de aprendizagem é emergir a questão da emoção, um dos elementos habitualmente excluído no mundo dos negócios, que prioriza a racionalidade, objetiva os números e mantém um afastamento em relação ao subjetivismo no ambiente organizacional.

É evidente que nem todos os textos literários se prestam para tal processo analítico que tem como temática as aproximações entre Literatura e Administração; contudo, o conjunto de possibilidades não é pequeno, conforme será demonstrado adiante.

3. POSSÍVEIS APROXIMAÇÕES ENTRE LITERATURA E A ADMINISTRAÇÃO POR MEIO DAS OBRAS LITERÁRIAS

A partir da interdisciplinaridade, modelo de ensino que abrange duas ou mais disciplinas em um único espaço educativo**,** relacionando diferentes métodos de aprendizagem para abordar problemas complexos e desafios, o recurso à Literatura para exemplificar os processos gerenciais e as culturas organizacionais e mesmo para penetrar na alma dos ambientes empresariais se revela indispensável.

Assim, se faz urgente no processo de aprendizagem o uso dos domínios da Literatura e da Administração a partir de seus pontos em comum. E as obras literárias são elementos para isto, pois seus autores já antecipam a criação de ambientes e de nexos factíveis com os fatos e com o enredo já delineados no plano da obra.

A elaboração e a análise de cenários e planejamento organizacionais podem ser exercitadas a partir de algumas obras literárias, trazidos em seus enredos, de forma análoga, várias temáticas que contemplam o dia a dia da administração, indo da logística ao meio ambiente. Eis alguns exemplos:

Tauacuéra, cidade desaparecida (2009) de Elson Farias, *Memorial de Maria Moura* (2008) de Rachel de Queiroz, *A casa das sete mulheres* (2002) de Letícia Wierzchowski são obras que evidenciam a temática da liderança feminina nas organizações.

A partir das obras citadas percebemos que a liderança feminina é fundamental para o desenvolvimento social, político e econômico dos ambientes onde as protagonistas estão inseridas. Isto é muito evidente nas empresas, pois além de atrair novos talentos, há um aumento na participação de mulheres em cargos executivos e níveis superiores, demonstrando os resultados positivos dos esforços na diversidade gerencial.

nas obras *Os Vermes* (2000) de José Roberto Torero e Marcus Aurelius Pimenta, *A Margem Imóvel do Rio* (2014) de luiz antonio de assis brasil e *Fome em Canaã* (2020) de agripa vasconcelos podemos fazer uma analogia à temática política nas organizações.

Notamos que as personagens nas obras acima quando são confrontadas com situações complexas nos contextos em que estão inseridas, isto faz com que as políticas organizacionais sirvam como um guia confiável, uma vez que

As personagens tomam decisões objetivas e claras no decorrer das tramas, podem nortear as suas ações, garantindo que estejam alinhadas com os valores e objetivos de seu grupo social. vemos nas obras que isso não apenas facilita a tomada de decisões, mas também ajuda a evitar conflitos de interesse e comportamentos antiéticos.

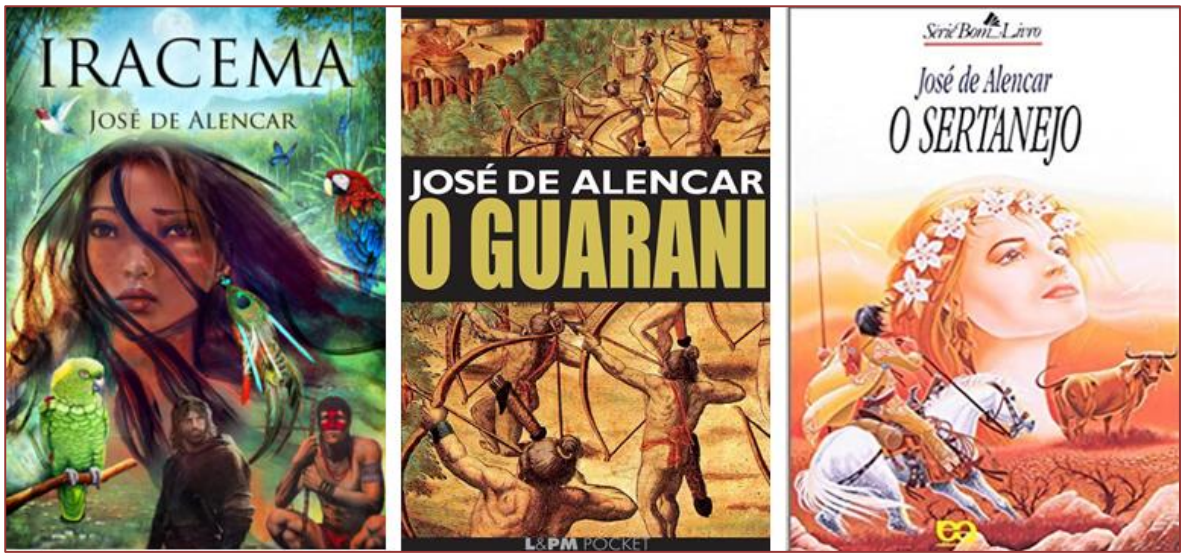
A ética organizacional é temática observada nas obras *O Fim do Terceiro Mundo* (1990) de Márcio Souza, *Torto Arado* (2019) de Itamar Vieira Junior e *O Despertar do Mundo Novo* (2000) de Aldous Huxley.

Nessas obras, evidenciamos que os protagonistas têm conhecimento das políticas utilizadas no seu grupo social e sabem que a liderança não está comprometida em segui-las. Dessa forma, não se sentem seguras ao denunciar irregularidades ou problemas, sabendo que as políticas e os procedimentos éticos não serão aplicados de maneira justa e consciente. e daí se desenrola o seu enredo.

Outra temática pode ser interessante evidenciar para os alunos de administração nas obras literárias diz respeito às relações humanas, fator fundamental do RH (setor de recursos humanos) e suas características. Nesse ponto, vale observar nos textos literários, tais como: *Morte e Vida Severina* (2016) de João Cabral de Melo Neto, *do Diário de Sílvia* (2005) de Erico Veríssimo e *Tupinilândia* (2018) de Samir Machado de Machado.

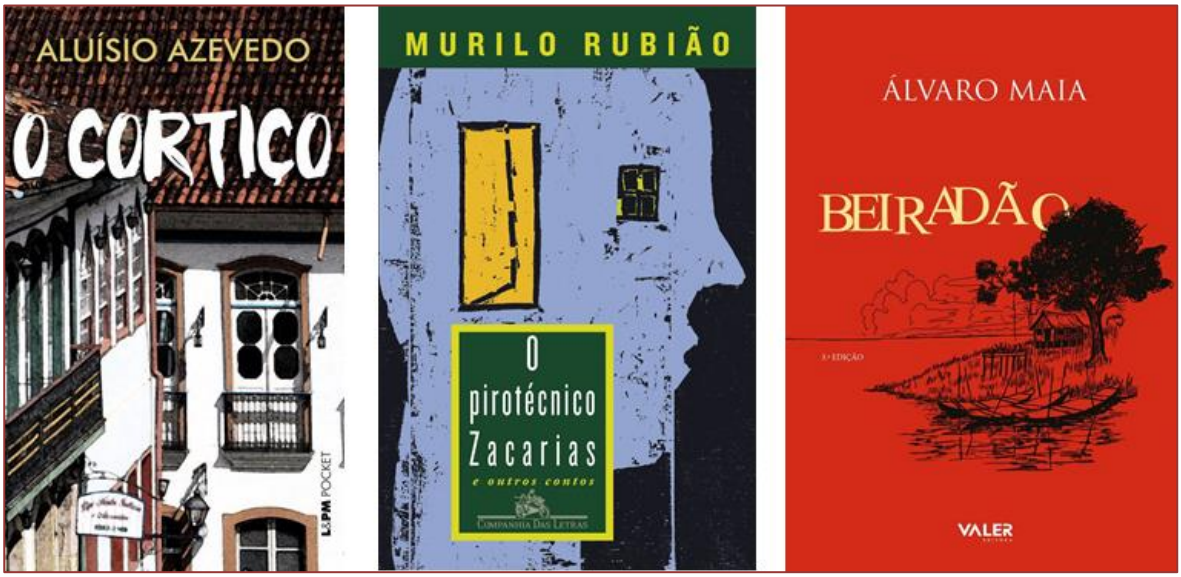
As questões de interesse para o rh são evidenciadas nas obras acima quando elas colocam as protagonistas no centro das reflexões e análises, reconhecendo as singularidades de cada personagem. as obras mostram experiências singulares, promovendo um ambiente de vivência e convívio colaborativo e motivador.

Uma temática bastante importante na agenda dos processos gerenciais é o meio ambiente e sustentabilidade, que podemos observar nas obras *iracema* (1986), *o guarani* (1987) e *o sertanejo* (1990), todas de josé de alencar.



O meio ambiente e a sustentabilidade nas obras são discutidos a partir da utilização de recursos naturais e a manutenção da biodiversidade**.** o autor dessas obras tenta resolver questões ambientais e prevenir prejuízos ao meio ambiente decorrentes dos processos de degradação em espaços que deveriam priorizar a sustentabilidade. vemos, ainda, que o autor faz um levantamento dos aspectos que podem gerar impactos ambientais.

E chegamos ao ambiente organizacional, outra temática que notamos nos livros *o cortiço* (1997) de aluísio azevedo, *o pirotécnico zacarias* (1999) de murilo rubião e *beiradão* (1999) de álvaro maia.



Nos livros citados percebemos que o ambiente organizacional é o pano de fundo que dita as regras do jogo nessas obras, influenciando desde o cotidiano das personagens até seu comportamento. isso faz com elas sejam impactadas pela cultura, política e economia dos ambientes onde estão inseridas.

Os autores vão além das discussões sobre o emocional das personagens, abordam a importância crucial do contexto que cada personagem e sua inserção numa entidade social composta por pessoas que trabalham juntas para alcançar um objetivo comum.

Esses são alguns exemplos possíveis que suscitam a interação entre Literatura e Administração, pelos quais observamos um plus no processo de aprendizagem dos alunos do curso de Administração.

Podemos afirmar que a elaboração e a análise de cenários e planejamento organizacionais, exercitadas a partir de algumas obras literárias, são uma experiência completamente aberta, dirigida tanto para professores e alunos do curso de Administração quanto para o público em geral.

É uma vivência na sala de aula, em grupos de estudo e grupos de pesquisa que cada experiência não se esgota em si própria num tempo que parece insuficiente para discutir à exaustão todos os aspectos desejados.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das reflexões feitas nesse artigo podemos observar que é possível e urgente discutir as relações entre Literatura Brasileira e Administração por meio de obras da literatura produzidas no Brasil elencando temáticas importantes da gestão empresarial.

Notamos que a Literatura pode apresentar recursos capazes de promover o desenvolvimento de competências nos futuros administradores e acionar habilidades como a capacidade de improvisação, criatividade e flexibilidade.

Acreditamos que os alunos de Administração ao exercitar a leitura, que depois desencadeia a técnica e a habilidade da construção textual, se livra das amarras impostas pelas evidências empíricas, mostrando que o texto literário se apoia na razoabilidade construção de um cabedal de informações e de mensagens fragmentadas e de fontes diversas.

Assim, embora por vezes as temáticas da área da Administração não integrem o mesmo espaço-tempo nos possíveis textos analisados, a obra literária conquista a credibilidade do aluno-leitor.

Isso vai ressoar no momento em que esse futuro administrador ao se deparar com desafios do dia a dia nas organizações onde atuam, fará memória do que leu e tratará com sagacidade e possível sucesso os temas, tais como: motivação de equipes, metas a serem atingidas, corte de custos e sustentabilidade em um contexto empresarial competitivo.

Considerando que um dos objetivos do nível superior educacional é o desenvolvimento da habilidade de expressão e comunicação em todas as suas manifestações, na forma direta, indireta ou mesmo velada, o texto literário contribui para o processo de aprendizagem dos alunos dos cursos de Administração configurando seu pensamento crítico.

Por fim, deve ser ressaltado, que essas reflexões feitas nesse artigo mesmo sendo ainda incipientes, mas satisfatórias a nossa proposta, podem oferecer pistas e indicar,

quem sabe, caminhos mais humanizados tantas vezes referidos, mas tão pouco colocados em prática, seja no processo de aprendizagem na universidade, seja na práxis da gestão nas empresas, isto é, no dia a dia das organizações.

REFERÊNCIAS

[1] Alencar, José de. **O Sertanejo**. São Paulo: Ática, 1990.

[2] Alencar, José de. **O Guarani**. São Paulo: Ática, 1987.

[3] Alencar, José de. **Iracema**. São Paulo: Ática, 1986.

[4] ALVES, L. R. Por um saber administrativo que compartilhe a história da cultura brasileira. In: **Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós Graduação em Administração**, Anais. RJ: ANPAD, 2007.

[5] AZEVEDO, Aluísio. **O Cortiço**. São Paulo: Ática, 1997.

[6] BRASIL, Luiz Antônio de Assis. **A margem imóvel do rio**. Porto Alegre: LP&M editores, 2014.

[7] FARIAS, Elson. **Tauacuéra**: a cidade desaparecida. Manaus: Valer, 1999.

[8] FISCHER, T. et al. **Razão e sensibilidade no ensino de administração**: a literatura como recurso estético. RAP, v. 41, n. 5, p. 935-956, set./out., 2007.

[9] HUXLEY, Aldous. **O despertar do mundo novo**. Belo Horizonte: Itatiaia, 2000.

[10] JUNIOR, Itamar Vieira. **Torto arado.** São Paulo: Todavia, 2019.

[11] MACHADO, Samir Machado. **Tupinilândia**. São Paulo: Todavia, 2018.

[12] MAIA, ÁLVARO. **BEIRADÃO**. 2.ED. MANAUS: VALER, 1999.

[13] NETO, João Cabral de Melo. Morte e Vida Severina. In: **Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira**. São Paulo: Itaú Cultural, 2024. Disponível em: http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra72388/morte-e-vida-severina. Acesso em: 16 de maio de 2024. Verbete da Enciclopédia.

[14] QUEIROZ, Rachel de. **Memorial de Maria Moura**. 21. ed. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 2008.

[15] RUBIÃO, MURILO **O PIROTÉCNICO ZACARIAS**. SÃO PAULO: ÁTICA, 1999.

[16] SOUZA, Márcio. **O fim do terceiro mundo**. 2.ed. São Paulo: Círculo do livro, 1990.

[17] TORERO, José Roberto; PIMENTA, . **Os vermes**. Uma comédia política. São Paulo: Companhia das letras, 2000.

[18] VASCONCELOS, Agripa. **Fome em Canaã**. São Paulo: Editora Garnier, 2020.

[19] WIERZCHOWSKI, Leticia. **A casa das sete mulheres**. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

[20] VERÍSSIMO, Erico. **Do Diário de Sílvia**. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Capítulo 5

Meio físico nas organizações: processos e tipologia

Gabrielly Andrade dos Santos[1]
Jessica de Sousa Carvalho[2]
Wenderson Pinto Farias[3]

Resumo: A gestão do meio físico assume fundamental importância na busca da melhoria na qualidade do ambiente de trabalho e do desempenho dos processos como um todo. Um planejamento adequado, com o uso de estratégias atuais baseadas em estudos do campo de estrutura organizacional, mobiliário, layout e, mais recentemente, da chamada neuroarquitetura, pode oferecer diversos benefícios para a organização, com pessoas mais motivadas e satisfeitas, maior facilidade nos processos e na movimentação dos materiais e pessoas, com redução de custos e tempo nas operações. No âmbito das organizações, isso se mostra fundamental, tendo em vista a natureza das atividades, muitas vezes prolongadas e repetitivas inibindo o funcionamento mental do colaborador, o uso intensivo do computador e poucas pausas. Nesse sentido, esse artigo busca destacar o que é meio físico, seus processos e tipos de acordo com as necessidades das empresas contemporâneas. São trazidos conceitos a serem aplicados no ambiente de trabalho, de modo que se obtenha maior eficácia na prestação do serviço, com foco nas chamadas atividades "meio", relacionadas às organizações contemporâneas.

Palavras-chave: meio físico; processos; tipologia.

[1] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[2] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[3] Docente da disciplina Estágio Supervisionado II do Curso de Administração - FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

O meio físico é uma parte essencial da gestão de operações em diversos tipos de organizações, desde indústrias até escritórios e varejo. Trata-se da organização dos espaços físicos, máquinas, equipamentos e pessoas dentro de uma instalação para otimizar o fluxo de trabalho, a eficiência operacional e a utilização de recursos.

Neste artigo, exploraremos o que é meio físico, seus processos e tipos de acordo com as necessidades das empresas contemporâneas.

Também conhecido como layout ou layout industrial, o meio físico é como organizamos os espaços e recursos dentro de uma empresa.

Pensemos nele como a planta da casa ou o mapa de um parque de diversões, mas para os negócios. Ele inclui onde colocamos máquinas, mesas de trabalho, estoque e tudo mais que precisamos dentro do prédio da empresa.

Para que o meio físico funcione bem, existem alguns princípios básicos que precisamos seguir.

Primeiro, queremos que tudo seja eficiente, ou seja, que as coisas estejam perto umas das outras para que as pessoas não precisem andar muito.

Segundo, queremos garantir que o fluxo de trabalho seja suave, como uma linha de montagem bem organizada.

Além desses dois pontos, temos a segurança que é importante no processo do meio físico, fazendo com que haja garantia de que não se tenha perigos no ambiente de trabalho. E, claro, é essencial que as pessoas consigam se comunicar e trabalhar juntas facilmente.

Esse meio físico nas organizações tem como objetivo principal criar um ambiente de trabalho que seja altamente eficiente em termos de produção. Isso significa maximizar a produtividade da equipe, minimizar os custos operacionais envolvidos, reduzir ao máximo o desperdício de tempo e recursos, e, por fim, melhorar tanto a segurança quanto o conforto dos funcionários.

Esse planejamento é fundamental para o sucesso do que chamamos de Planejamento e Controle da Produção (PCP), onde se estabelecem as diretrizes para a produção de bens ou serviços de forma organizada e otimizada.

O meio físico desempenha um papel crucial nesse processo, uma vez que define como os recursos serão distribuídos e organizados dentro do espaço físico da empresa.

Portanto, o meio físico não apenas influencia diretamente a eficiência da produção, mas também é essencial para garantir que o planejamento e controle da produção sejam bem-sucedidos, contribuindo para a competitividade e o sucesso da empresa no mercado.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. DEFINIÇÃO DO MEIO FÍSICO, SUA IMPORTÂNCIA E CONTRIBUIÇÃO PARA A GESTÃO

A definição do meio físico de uma organização, abrange aspectos fundamentais para o funcionamento e a manutenção adequada do ambiente. Nonaka e Takeuchi (2008, p. 25) definem o meio físico como "a capacidade que uma empresa tem de criar um ambiente qualitativo, disseminá-lo na organização e incorporá-lo a produtos, serviços e sistemas".

Assim, podemos observar que o estacionamento diz respeito à organização e disposição dos veículos, garantindo acessibilidade e segurança aos usuários. A iluminação envolve o planejamento e a instalação de sistemas de luz eficientes, promovendo visibilidade e conforto visual em todas as dependências. A limpeza e arrumação referem-se à conservação e ordenamento dos espaços, assegurando condições de higiene e organização adequadas para um ambiente funcional. A infraestrutura compreende os elementos físicos e estruturais que sustentam a operação da organização, como edificações e redes de suporte. Por fim, a sinalização visual tem a função de orientar e informar, facilitando o fluxo de pessoas e veículos, além de garantir a segurança e o cumprimento das normas regulamentares.

A importância do meio físico para a gestão de uma organização reside no fato de que elas são essenciais para garantir a eficiência operacional e o bem-estar de todos os envolvidos.

Uma empresa tem o meio físico como um elemento contributivo à administração de várias formas, tais como:

- Sua fluidez e otimização adequa o espaço disponível na empresa.

- Sua gerência adequada contribui para a segurança e conforto dos funcionários e visitantes, além de melhorar a produtividade.
- Sua limpeza e arrumação asseguram um ambiente saudável e organizado, impactando positivamente a imagem da organização e a satisfação dos colaboradores.
- Sua infraestrutura bem planejada e mantida sustenta as operações cotidianas, prevenindo interrupções e facilitando a execução das atividades.
- Sua sinalização visual eficiente orienta a circulação de pessoas e veículos, reduzindo riscos e promovendo a conformidade com as normas de segurança, o que é vital para uma gestão eficiente e responsável.

Podemos afirmar então que essas formas são uns dos principais desafios que o meio físico causa às organizações. Sendo que eles são também pautados na implantação, implementação e otimização das organizações.

2.2. PROCESSOS DE IMPLANTAÇÃO, IMPLEMENTAÇÃO E A OTIMIZAÇÃO DO MEIO FÍSICO NAS ORGANIZAÇÕES

Segundo Matos (2020, p. 93), apesar de sabermos que a poluição de layout e de concretude das coisas nas organizações são indesejáveis e de alto custo para a meio físico como um todo, é fundamental que tenhamos a consciência de que é inevitável, sendo inerente ao processo de sobrevivência da população.

Essa questão abordada pelo autor está atrelada aos processos de implantação, implementação e otimização do meio físico nas organizações, os quais envolvem desafios significativos, que exigem planejamento estratégico e constante monitoramento.

Primeiro temos a implantação, a qual demanda um estudo inicial detalhado para a definição de necessidades específicas, como a criação de áreas de estacionamento adequadas e a instalação de sistemas de iluminação eficientes.

Depois a implementação requer coordenação logística e financeira, visto que a organização deve alocar recursos para a infraestrutura, contratar serviços especializados e garantir a conformidade com as normas regulamentares.

Já a otimização dessas áreas, como a manutenção da limpeza e arrumação, a modernização da infraestrutura e a atualização da sinalização visual, envolve o desafio de

promover melhorias contínuas, buscando inovação, eficiência energética e redução de custos.

Tais processos exigem um esforço conjunto entre diversos setores da organização e, muitas vezes, enfrentam barreiras orçamentárias, prazos apertados e a necessidade de adaptação a novas tecnologias, que atingem determinados elementos em importantes ambientes na empresa.

2.3. MEIO FÍSICO E AMBIENTES NAS ORGANIZAÇÕES

2.3.1. ESTACIONAMENTO

O Código de Trânsito Brasileiro (1997), em seu "anexo I", define estacionamento como "imobilização de veículos por tempo superior ao necessário para embarque ou desembarque de passageiros".

O estacionamento é um dos primeiros pontos de contato que o cliente tem com a empresa, influenciando diretamente sua primeira impressão. A facilidade de acesso e a disponibilidade de vagas são fatores determinantes para a satisfação do cliente, especialmente em estabelecimentos que dependem de visitas físicas para a escolha de produtos.

Estudos sobre comportamento do consumidor destacam que a conveniência do estacionamento pode afetar a decisão de compra e a frequência de visitas.

Para qualquer empresa é recomendável que o estacionamento seja espaçoso, seguro e bem sinalizado, com vagas adequadas para o fluxo esperado de clientes.

A acessibilidade deve ser uma prioridade, incluindo vagas para pessoas com deficiência e sinalização clara que direcione os clientes desde a entrada até o estabelecimento.

A pavimentação deve ser regular, com demarcação de vagas visível, e é essencial que o espaço seja mantido limpo e iluminado adequadamente, principalmente durante períodos de maior movimento, como fins de semana e eventos especiais.

2.3.2. ILUMINAÇÃO

De acordo com Lam (1977, p.10) “a luz nem sempre foi simplesmente utilizada para inovações estruturais, mas frequentemente, as próprias estruturas foram desenvolvidas para tornar possíveis efeitos espaciais e a iluminação desejada”.

A iluminação desempenha um papel crucial na criação de um ambiente agradável e funcional, ao mesmo tempo em que facilita a visualização e a escolha dos produtos. Segundo princípios de design de interiores, uma iluminação bem planejada pode aumentar o tempo de permanência do cliente no estabelecimento e melhorar a percepção de qualidade dos produtos oferecidos.

Portanto, a iluminação deve ser cuidadosamente projetada para destacar a beleza natural dos ambientes, utilizando uma combinação de luz natural e artificial. Luminárias com luz branca ou amarela suave, distribuídas uniformemente pelo ambiente, são recomendadas para criar um espaço acolhedor e convidativo. Luzes direcionais podem ser utilizadas para destacar produtos específicos ou áreas temáticas dentro da loja. Além disso, a iluminação exterior, especialmente nas áreas de entrada e estacionamento, deve garantir segurança e visibilidade durante a noite.

2.3.3. LIMPEZA E ARRUMAÇÃO

Oliveira (1997, p. 35) apresenta que “o senso de limpeza deve fazer a eliminação das sujeiras ou objetos estranhos para manter limpo o ambiente”.

A limpeza e a organização de um estabelecimento comercial são aspectos fundamentais para a percepção de qualidade e profissionalismo por parte dos clientes.

Estudos sobre gestão de varejo indicam que ambientes limpos e bem organizados aumentam a confiança do consumidor e a probabilidade de retorno. A arrumação dos produtos, por sua vez, facilita a visualização e a escolha, contribuindo para uma experiência de compra mais agradável.

A manutenção da limpeza deve ser constante, tanto no interior quanto no exterior do estabelecimento. Áreas como o piso, prateleiras, balcões e sanitários são limpos regularmente, garantindo um ambiente higienizado e agradável para os clientes.

A arrumação dos produtos segue uma lógica que favorece a exposição das diferentes categorias de mercadorias (produtos), utilizando displays e prateleiras que

permitem fácil acesso e visualização dos itens. A rotatividade dos produtos também é considerada, como também a remoção de itens danificados ou fora de estoque de forma eficiente.

2.3.4. INFRAESTRUTURA

A infraestrutura de um estabelecimento comercial engloba todos os elementos físicos que suportam suas operações, desde a estrutura do prédio até as instalações elétricas e hidráulicas. A adequação da infraestrutura é essencial para garantir a segurança, a funcionalidade e o conforto, tanto para os clientes quanto para os funcionários. De acordo com a teoria de design ambiental, uma infraestrutura bem planejada pode otimizar o fluxo de pessoas e mercadorias, melhorando a eficiência do atendimento e a experiência do cliente.

Torrisi (2009, p. 53) define infraestrutura como “um conjunto de bens de capital ofertados em grandes unidades, a partir de investimentos caracterizados por longos períodos de duração até a maturação, indivisibilidade da planta e elevada relação capital-produto”.

A empresa de modo geral deve contar com uma infraestrutura robusta, que suporte adequadamente suas operações. O layout interno deve ser planejado para permitir a circulação fluida dos clientes, com corredores amplos e áreas de exposição bem definidas.

A climatização do ambiente é outro aspecto importante, especialmente para a preservação da qualidade das flores e plantas. As instalações elétricas e hidráulicas devem estar em conformidade com as normas de segurança e ser regularmente inspecionadas para evitar falhas que possam comprometer a operação do negócio.

2.3.5. SINALIZAÇÃO VISUAL

A sinalização visual é uma ferramenta essencial para orientar os clientes dentro do estabelecimento e reforçar a identidade da marca. Estudos sobre comunicação visual mostram que uma sinalização clara e consistente pode melhorar a experiência do cliente, facilitando a localização de produtos e serviços, além de transmitir uma imagem organizada e profissional.

Segundo Lester (2006, p. 87) sinalização visual é “todo elemento que expressa como elemento que utiliza a comunicação expressada de maneira visual”.

Em toda empresa o ideal é ter sinalizações claras, legíveis e esteticamente alinhadas à identidade visual da marca. No interior, placas indicando as seções de diversos setores, bem como as áreas de pagamento e atendimento ao cliente, devem ser posicionadas em locais estratégicos e de fácil visualização.

A sinalização externa, como o letreiro da loja e placas indicativas de estacionamento, deve ser visível à distância e reforçar a presença da floricultura na região. É recomendável também o uso de sinalização digital, que pode ser atualizada conforme necessário para promover ofertas e eventos especiais.

2.4. CONSEQUÊNCIAS DE ARRAJO FÍSICO INADEQUADO

Um arranjo físico inadequado pode acarretar em diversos problemas operacionais e impactar negativamente o desempenho da empresa.

Entre as consequências de um arranjo físico inadequado estão a baixa produtividade, custos operacionais elevados, desperdício de recursos, tempos de espera prolongados, riscos de segurança aumentados e insatisfação dos funcionários.

Quando o layout não é bem planejado ou não atende às necessidades da operação, isso pode resultar em fluxos de trabalho desorganizados, movimentação excessiva de materiais e pessoas, atrasos na produção e falhas na comunicação entre os funcionários.

Além disso, um arranjo físico inadequado pode aumentar o risco de acidentes e lesões no local de trabalho, comprometendo a segurança dos trabalhadores.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das reflexões feitas por nós nesse artigo, percebemos que um meio físico adequado é aquele que consegue otimizar o fluxo de trabalho, reduzir as distâncias percorridas pelos trabalhadores, minimizar os tempos de espera e evitar congestionamentos.

Além disso, deve-se priorizar a ergonomia, garantir a segurança dos trabalhadores e facilitar a manutenção dos equipamentos.

Em outras palavras, um meio físico eficiente é capaz de organizar os recursos da empresa de forma a promover uma operação suave e eficaz.

Isso significa que as diferentes etapas do processo produtivo devem estar dispostas de maneira lógica e eficiente, minimizando a necessidade de movimentação excessiva de materiais ou pessoas.

Assim, o meio físico deve ser projetado levando em consideração as necessidades ergonômicas dos trabalhadores, proporcionando um ambiente de trabalho confortável e seguro. Logo, entendemos que inclui a disposição adequada dos equipamentos, a altura das bancadas de trabalho e a minimização de riscos de lesões relacionadas ao trabalho.

Por fim, um bom arranjo físico também deve facilitar a manutenção dos equipamentos, garantindo que eles possam ser acessados e reparados com facilidade quando necessário. Isso contribui para a redução do tempo de inatividade e dos custos de manutenção, mantendo a operação da empresa funcionando de forma eficiente e produtiva.

REFERÊNCIAS

[1] CÓDIGO DE TRÂNSITO BRASILEIRO. **Código de Trânsito Brasileiro.** Brasília: Departamento Nacional de Trânsito, 1997.

[2] LAM, William M. C. Perception **and lighting as formgivers for architecture.** New York: McGraw-Hill Book Company, 1977.

[3] LESTER, Paul Martin. **Visual Communication: Images with Messages.** Belmont: CA: Thomson Wadsworth, 2006.

[4] MATOS, Antônio Teixeira de. **Poluição ambiental: impactos no meio físico.** Editora UFV, 2020.

[5] NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Gestão do conhecimento.** Porto Alegre: Bookman, 2008.

[6] OLIVEIRA, Simone. **A qualidade da qualidade: uma perspectiva em saúde do trabalhador.** Cadernos de Saúde Pública, 1997.

[7] TORRISI, Gianpiero. **Public infrastructure: definition, classification and measurement issues.** Economics, Management, and Financial Markets, 2009.

Capítulo 6

Método organizacional: elemento estratégico de gestão e procedimento

Camila de Sousa de Jesus[1]
Francirley de Lima Maciel Tavares[2]
Wenderson Pinto Farias[3]

Resumo: O objetivo deste artigo é mostrar possibilidades de reconhecimentos de procedimentos (métodos) possíveis de aplicação nas organizações. O método está relacionado a regras, operações e procedimentos em conjunto com a finalidade de atingir uma meta; em seu significado mais amplo, entende-se por um conjunto de ações realizados por uma pessoa de forma pré-determinada, direcionada em relação ao exercício de uma tarefa; na área científica esta relevância apresenta-se maior apesar do método estar presente em diversas formas relacionadas a atividades diretamente humanas. Refere-se a uma especialidade da administração, cujo objetivo maior é estabelecer de acordo com os propósitos da organização, uma infraestrutura compatível e através disto, a definição planejada de processos e métodos de trabalho e eficácia gerencial.

Palavras-chave: método, procedimento, gestão.

[1] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[2] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[3] Docente da disciplina Estágio Supervisionado II do Curso de Administração - FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

Os procedimentos administrativos, tecnicamente chamados de método, são um conjunto ou sistema de regras que regem os procedimentos de gestão de uma organização. Esses procedimentos têm como objetivo estabelecer eficiência, consistência, responsabilidade e prestação de contas nas organizações.

Eles são importantes porque fornecem um conjunto objetivo de regras pelas quais uma organização é governada e também ajudam a estabelecer a legitimidade da ação da gestão, garantindo que a aplicação das regras e decisões de gestão seja feita de maneira objetiva, justa e consistente.

Tais procedimentos contribuem para garantir que os gerentes sejam responsabilizados por decisões que desviam dos procedimentos.

Portanto, os procedimentos administrativos como método são implementados a partir de um conjunto de regras para a tomada de decisões a respeito das principais funções de gerenciamento, essas regras são objetivas e geralmente escritas para garantir consistência e justiça.

Normalmente, haverá um conjunto de procedimentos administrativos que são para uso exclusivo da gerência, como procedimentos que regem a contratação, a promoção de demissão e o orçamento, apenas para citar alguns.

A partir dessa contextualização, deixamos claro que o objetivo deste artigo é mostrar possibilidades de reconhecimentos de procedimentos (método) possíveis de aplicação nas organizações.

Dessa forma, com este objetivo, queremos estabelecer a legitimidade da ação gerencial, garantindo que as decisões gerenciais sejam objetivas, justas e consistentes a garantir a responsabilidade social de uma empresa.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. BUSCANDO ENTENDER COMO OCORRE O MÉTODO ORGANIZACIONAL

Para evidenciar como funcionam e como são implementados os métodos (procedimentos) numa empresa, é importante discutir o objetivo principal, que é avaliar a eficácia das operações.

Levemos em consideração que os métodos no âmbito organizacional adotam uma metodologia específica para os procedimentos. utilizando como instrumentos o roteiro de entrevista, questionário e observação direta. Esses métodos são aplicados aos colaboradores que contribuem ativamente, fornecendo todas as informações necessárias para o desenvolvimento dos procedimentos.

Com a finalização do processo aplicado pelo método sempre há uma proposta de solução para o problema identificado, detalhando todos os processos recomendados. Além disso, é incluída uma tabela expositiva que apresenta o planejamento, as etapas, o cronograma e os custos previstos para a implementação da solução.

Esses procedimentos são fundamentais para examinar e verificar os processos, garantindo o bom funcionamento da empresa. A seguir, apresentamos elementos para procedimentos como possibilidades a serem aplicados na organização.

2.1.1. FLUXOGRAMA

A implementação de fluxogramas é uma estratégia fundamental para otimizar e gerenciar processos dentro de uma empresa; oferece uma representação visual dos processos, facilitando a compreensão de como as atividades estão inter-relacionadas.

De acordo com Araújo (2001, p.64) o fluxograma "é a técnica mais conhecida e mais utilizada no estudo de processos administrativos. Consiste em representação dos passos e ação de um processo".

Isso ajuda a identificar etapas críticas, pontos de decisão e possíveis gargalos. A clareza proporcionada pelo fluxograma pode simplificar a análise e o gerenciamento de processos, bem como, a melhora da comunicação entre os membros da equipe e departamentos ao oferecer ferramentas de procedimentos visuais que possam facilitar as demandas internas da empresa.

Ressaltamos a importância da implementação de fluxogramas dentro das empresas, dado que pode transformar significativamente a gestão dos processos e a eficiência operacional, permitindo que os funcionários compreendam facilmente o fluxo de trabalho e as interações entre diferentes etapas e departamentos.

2.1.2. METODOLOGIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

De acordo com Chiavenato (2003, p.214), " o departamento é avaliado pelo sucesso do produto ou serviço. O executivo maior de cada departamento é orientado para todos os aspectos básicos de seu produto, como comercialização, desenvolvimento do produto, custo, lucratividade e desempenho etc."

Nas palavras de Chiavenato (2003) o desenvolvimento do produto corresponde a uma série de etapas e ferramentas a serem aplicadas para alcançar os objetivos propostos, garantindo a consistência e a validade dos resultados.

Isso envolve definir claramente os resultados desejados, tais como: aumentar a visibilidade da marca, melhorar a qualidade dos serviços e expandir a base de clientes. Para esse fim, é fundamental planejar estratégias eficazes, investindo em criatividade, ferramentas de design e marketing, além de otimizar os processos internos.

Assim, a empresa deve acompanhar o progresso regularmente e ajustar suas ações conforme necessário para garantir o cumprimento das metas e o sucesso no mercado. A metodologia em uma empresa envolve uma série de etapas que garantem a criação e entrega de projetos com qualidade e eficiência. O processo começa com o briefing, onde são identificadas as necessidades e expectativas do cliente.

Em seguida, é feita uma pesquisa sobre o mercado, o público-alvo e as tendências visuais. Na fase de criação, são desenvolvidas propostas de design, como identidade visual e peças gráficas.

A empresa deve utilizar ferramentas e tecnologias adequadas para assegurar a precisão do projeto. Após o feedback do cliente, são feitos ajustes e, finalmente, ocorre a execução e entrega dos materiais. E por fim, a avaliação dos resultados verifica se os objetivos foram alcançados.

2.1.3. NORMAS, PADRÕES E PROCEDIMENTOS DE PRODUÇÃO

Em uma empresa, normas, padrões e procedimentos de produção são essenciais para garantir qualidade e eficiência.

De acordo com Chiavenato (2005, p.193)," normas são padrões aceitáveis de comportamento que são compartilhados por todos os seus membros". Desta forma, elas

podem ser internas, voltadas para regular o funcionamento de uma organização, ou externas, definidas por órgãos reguladores ou entidades normativas.

O objetivo das normas é promover consistência, segurança e eficiência em práticas e produtos, além de facilitar a comunicação entre diferentes partes envolvidas, como empresas, consumidores e autoridades.

Esses padrões definem como os processos devem ser executados, como os produtos ou serviços devem ser entregue, e como os funcionários devem se comportar em diversas situações. Eles ajudam a manter uniformidade nas práticas organizacionais, facilitando o cumprimento de metas, a padronização da qualidade e o alinhamento com a cultura e os valores da empresa.

2.1.4. PROCEDIMENTOS DE PRODUÇÃO, PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVOS E SISTEMA DE GARANTIA DE QUALIDADE

O procedimento de produção é o conjunto de etapas detalhadas que orienta a execução de tarefas para fabricar um produto ou prestar um serviço de maneira organizada, eficiente e padronizada. Seu objetivo é garantir consistência, qualidade e segurança em todas as fases do processo, desde o planejamento até a entrega final.

Segundo Silva (2002, p.6), os procedimentos de produção são “métodos e procedimentos operacionais; descrição das atividades de cada função de modo a facilitar o cumprimento dos deveres; seleção, treinamento e supervisão do pessoal adequados às atividades”.

Os procedimentos administrativos, segundo Silva (2002, p.4) são “os controles administrativos que englobam os métodos e procedimentos que visam à adesão às políticas estratégicas e à eficiência operacional da organização”. São instrumentos de controle administrativo o planejamento estratégico, as metas de produção, os sistemas de custos e o controle de qualidade, entre outros.

Essa afirmação destaca a importância dessas normas, etapas e ações organizadas que uma administração pública ou privada segue para tomar decisões, resolver questões e realizar atividades de forma eficiente e transparente. Eles garantem que todas as decisões e atos administrativos sejam realizados de acordo com a lei, proporcionando previsibilidade, controle e organização no processo.

De acordo com Silva (2002, p.4),

sistema de qualidade pode ser definido como a estrutura de trabalho da empresa, devidamente documentada, a qual integra procedimentos técnicos e administrativos para guiar as ações de pessoas, máquinas e informações, coordenadamente, atingindo de maneira eficaz as aspirações do consumidor quanto a qualidade e seu custo, envolvendo, para tal, toda a empresa.

A partir dessa perspectiva, podemos entender que o sistema de garantia de qualidade é um conjunto de políticas, processos e procedimentos implementados por uma organização para assegurar que seus produtos ou serviços atendam consistentemente aos padrões de qualidade exigidos.

O objetivo principal desse sistema é prevenir erros e defeitos durante a produção, garantindo que o produto final esteja em conformidade com as especificações, regulamentos e expectativas do cliente.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa abordagem acerca do método organizacional (procedimentos) é vital, uma vez que a avaliação dele permite identificar falhas nos processos, propor melhorias e garantir a execução eficiente das operações, impactando positivamente o desempenho da empresa.

Para empresa que utiliza o método adequado em seus processos administrativos, revela ganhos em qualidade, elevando a satisfação dos clientes e fortalecendo a reputação da empresa, além da redução de erros e desperdícios, proporcionando uma operação mais enxuta e lucrativa.

Assim, entendemos que nossa reflexão acerca dessa temática desenvolve habilidades analíticas, capacitando-nos a identificar problemas e propor soluções eficazes, além de ampliar nosso conhecimento estratégico, nos permitindo entender como processos otimizados impactam desempenho, competitividade e inovação. Assim, eleva-se tanto a nossa capacitação profissional quanto o nosso crescimento pessoal.

Em resumo, o estudo de métodos e procedimentos beneficia não somente a empresa e seus clientes, mas também tem um impacto mais amplo, melhorando a

qualidade dos produtos e serviços, promovendo sustentabilidade, gerando empregos e contribuindo para o crescimento econômico.

REFERÊNCIAS

[1] ARAÚJO, Luis Cesar G. de. **Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional**: arquitetura, bechmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia. São Paulo: Atlas,2001.

[2] CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. Editora Manole, 2005.

[3] _____. **Administração nos Novos Tempos**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

[4] DA SILVA, Pedro Gabril Kenne. O papel do controle interno na administração pública. **ConTexto-Contabilidade em Texto**, v. 2, n. 2, 2002.

Capítulo 7

Recursos Humanos: uma breve reflexão bibliográfica sobre capacitação de gestores

Alex Júnior da Silva Amasifen[1]
Elizabeth Guimarães de Carvalho[2]
William Gonçalves Sousa[3]
Wenderson Pinto Farias[4]

Resumo: O presente artigo tem como objetivo discutir, em nível bibliográfico, a capacitação dos gestores para sua atuação em relação à gestão de pessoas. Dessa forma, o tema oferece uma estrutura analítica que facilita a identificação de fatores críticos e o desenvolvimento de intervenções eficazes. Isto é relevante à gestão de pessoas porque permite a reflexão de teorias e conceitos observados a um contexto real nas organizações. Assim, ao confeccionar este artigo nosso propósito, além do objetivo geral, é refletir sobre a utilização de ferramentas de gestão, que podem diagnosticar problemas e propor soluções que podem ser implementadas em ambientes empresariais, contribuindo para a formação de profissionais mais preparados e críticos.

Palavras-chave: recursos humanos; capacitação; gestão.

[1] Graduando do Curso de Administração - FAMETRO.
[2] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[3] Graduando do Curso de Administração - FAMETRO.
[4] Docente da disciplina Estágio Supervisionado II do Curso de Administração - FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo é discutir, em nível bibliográfico, a capacitação dos gestores para sua atuação em relação à gestão de pessoas.

Essa temática veio à tona depois da realização do nosso estágio I – Prática 1 - Diagnóstico Organizacional onde realizamos uma pesquisa voltada para identificar os principais desafios e oportunidades da organização.

O diagnóstico nos permitiu chegar a um resultado no qual percebemos que a temática mão de obra – recursos humanos seria uma análise que pautaria uma discussão sobre o ambiente de trabalho e a eficácia das operações, fornecendo uma base sólida para o desenvolvimento de um artigo voltado à reflexão sobre o assunto.

Entendemos, portanto, que a discussão e reflexão desse conteúdo permite ao gestor uma visão sistêmica da organização, facilitando a identificação de pontos críticos que necessitam de ajustes e melhorias na área de recursos humanos.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

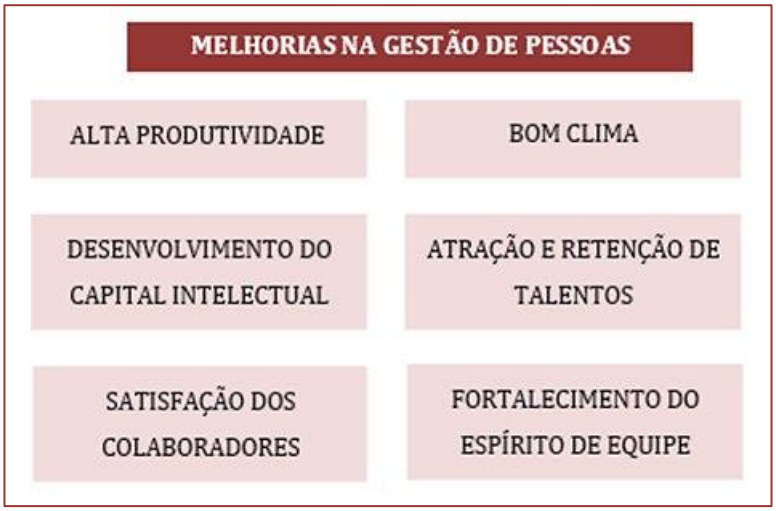
2.1. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO ACERCA DOS RECURSOS HUMANOS

O planejamento estratégico de Recursos Humanos (RH) define as necessidades da empresa no que diz respeito ao capital humano, antecipando mudanças, tendências e trazendo novas oportunidades de ações.

Além disso, ele propõe melhorias na gestão de pessoas com base em suas principais características como podemos apreciar mais à frente.

Ainda, é importante destacar que o planejamento estratégico não é algo que o RH possa fazer apenas uma vez e “deixar de lado”. Esse tipo de ferramenta é importante para um acompanhamento dos processos internos e permite que a empresa cresça de forma organizada e sustentada.

Não existe, ainda, uma data certa para desenvolver o planejamento estratégico, o ideal é que organizações que não utilizam ferramentas de diagnóstico de RH passem a implementá-las o quanto antes.



Fonte: produzida pelos autores do artigo.

Segundo Chiavenato (2004, p. 328), "o sucesso das organizações está diretamente relacionado à gestão eficaz de seus recursos humanos, uma vez que o capital humano é um dos principais ativos competitivos das empresas".

Chiavenato destaca que o planejamento estratégico de recursos humanos, aliado à criação de um ambiente de trabalho que promova motivação e comprometimento, é essencial para o desempenho organizacional.

Dessa forma, gerentes e supervisores precisam ser capacitados para a gestão de pessoas, dado que desempenham um papel fundamental na criação de uma cultura organizacional positiva e produtiva.

2.2.CAPACITAÇÃO DE GESTORES EM RELAÇÃO À GESTÃO DE PESSOAS

Em muitos diagnósticos organizacionais realizados em empresas, observa-se que um dos pontos identificados foi a necessidade de melhorar a capacitação de gerentes e supervisores em relação à gestão de pessoas, já que a falta de preparação para lidar com a motivação e o comprometimento da equipe tem impacto direto na eficiência do trabalho e na qualidade dos resultados entregues.

Essa melhoria proposta pode ser baseada na ideia de Drucker (2002, p. 52), que enfatiza que "a importância de uma gestão eficiente que valorize tanto os processos quanto as pessoas". Drucker argumenta que

as organizações devem investir no desenvolvimento de seus líderes para que eles possam maximizar o potencial de suas equipes por meio de uma gestão que promova o aprendizado contínuo e o alinhamento entre os objetivos individuais e organizacionais (DRUCKER, 2017, p. 52).

Nesse contexto, a capacitação de líderes torna-se uma prioridade, visto que o engajamento e o desenvolvimento das equipes, juntamente com a criação de um ambiente de trabalho favorável ao desempenho individual e coletivo, são aspectos que impulsionam os resultados organizacionais.

Para concretizar essa capacitação, pode ser implementado o uso de novas tecnologias voltadas para a gestão de pessoas, como sistemas de avaliação de desempenho e plataformas de comunicação interna mais eficazes.

Além disso, os procedimentos de seleção de novos colaboradores deverão ser aprimorados, adotando critérios mais rigorosos e ferramentas de recrutamento modernas, a fim de garantir que as vagas sejam preenchidas por profissionais qualificados e alinhados com os valores e objetivos da organização.

Assim, espera-se que, com essa visão de capacitação, ocorra um aumento significativo na qualidade das contratações e na eficiência do desenvolvimento das equipes.

Complementando essa possibilidade de capacitação, também deve ser priorizada a realização de treinamentos contínuos para os gestores, com o objetivo de fortalecer suas habilidades de liderança e de gestão de pessoas. Esses treinamentos devem ser desenvolvidos para que eles consigam lidar de forma eficaz com diferentes desafios, como a promoção do engajamento e o desenvolvimento do potencial dos colaboradores.

Com o suporte de ferramentas de feedback e de coaching, os líderes serão capacitados a identificar os pontos fortes e as áreas de melhoria de suas equipes, contribuindo diretamente para um ambiente organizacional de alta performance e colaborativo.

2.3. A TECNOLOGIA COMO ALIADA PARA A CAPACITAÇÃO DE GESTORES

A capacitação dos gestores, aliada ao uso de tecnologias avançadas e a processos de seleção otimizados, constitui um pilar fundamental para fortalecer a competitividade e o crescimento sustentável da organização.

Essas estratégias tecnológicas, pautadas nas ideias de Chiavenato (2004, p. 226), "visam maximizar o desempenho das equipes e criar um ambiente de trabalho que favoreça o desenvolvimento e a motivação dos colaboradores".

Com uma equipe mais qualificada e comprometida, a empresa estará mais bem preparada para enfrentar desafios futuros, aprimorando não apenas a eficiência, mas também a qualidade dos resultados entregues, consolidando-se como um exemplo de gestão moderna e eficaz no mercado.

A tecnologia, segundo Drucker (2017, p. 38), permite "um acompanhamento mais preciso do desempenho dos colaboradores e uma comunicação mais ágil entre os níveis hierárquicos". Com isso, gestores terão acesso a informações detalhadas para tomar decisões mais assertivas, resultando em um ambiente de trabalho mais produtivo e motivador.

O uso de softwares de gestão e outras ferramentas de RH podem transformar por completo a capacitação dos gestores e garantir muito mais eficiência na hora de elaborar e executar as ações do planejamento estratégico.

Isso porque essas soluções permitem que o setor tenha acesso a um grande volume de informações de qualidade que podem ajudar a compreender o cenário atual e até mesmo realizar projeções futuras.

Com esses dados, é possível embasar a tomada de decisões, mensurar a percepção dos colaboradores e acompanhar as métricas e indicadores para compreender se o plano de ação desenvolvido está gerando os resultados esperados.

Os benefícios dessas iniciativas tecnológicas incluem o aumento no comprometimento e na motivação dos colaboradores, a redução da rotatividade de funcionários e uma equipe mais alinhada com os objetivos estratégicos da empresa, proporcionando uma vantagem competitiva e contribuindo para o crescimento sustentável da organização.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao escolher a temática relacionada à Mão de Obra - Recursos Humanos nos permitiu a partir da literatura uma visão geral do tema e como ela pode ser observada numa empresa, abordando aspectos técnicos e humanos que impactam diretamente o desempenho e a competitividade da organização.

Isso nos faz entender que, antes de tudo, uma ação realizada em uma empresa é um investimento, seja ele de recursos humanos, financeiros ou de tempo. Dessa forma, para não desperdiçar nenhum dos aspectos, é fundamental que todos os passos sejam dados com cautela, planejamento e integração.

Quando pensamos em uma gestão estratégica de RH, vemos, majoritariamente, os dados. Nesse sentido, o Recursos Humanos na empresa, quando munido das ferramentas certas, pode trazer informações extremamente relevantes para o desenvolvimento do negócio.

Assim, a participação do setor no planejamento estratégico anual da empresa é imprescindível. Isso porque com os dados dispostos, é possível embasar a tomada de decisões de diversas áreas, otimizando processos e garantindo mais produtividade e resultados.

Além disso, a capacitação de gestores acerca da gestão de recursos humanos nesse processo ajuda a garantir que o olhar das ações planejadas esteja voltado para as pessoas. A partir disso, vale destacar, também, que todas as decisões realizadas na companhia devem respeitar a cultura organizacional.

Dessa forma, a capacitação dos gestores acerca da gestão de recursos humanos atua como um importante ponto, garantindo metas alinhadas e conciliando, ao máximo, todas as perspectivas do negócio.

REFERÊNCIAS

[1] **CHIAVENATO**, Idalberto. **Gestão de pessoas**. 2. ed. São Paulo: Elsevier, **2004.**

[2] DRUCKER, Peter. **Melhores práticas**: Como aplicar os métodos de gestão do maior consultor de todos os tempos para alavancar os resultados do seu negócio. Autêntica Business, 2017.

Capítulo 8

Uma ferramenta de gestão empresarial chamada management

Laisa Lucy da Silva Alencar[1]
Ramia Mota Ferreira[2]
Wenderson Pinto Farias[3]

Resumo: Este artigo tem como objetivo discutir, a partir da literatura disponível, o management como modelo de gestão empresarial, sua relação com a gestão estratégica e seus processos organizacionais. Percebemos que o management se refere à aplicação dos princípios e técnicas gerenciamento em situações reais de trabalho, na qual a implementação das tomadas de decisão, das atividades e responsabilidades gerenciais para alcançar os objetivos e resultados desejados são de responsabilidade dos gestores e os colaboradores das empresas. Esse modelo de gestão empresarial envolve lidar com as complexidades de uma organização ou projeto, tomar decisões, liderar equipes, resolver problemas, monitorar o desempenho e promover o seu crescimento.

Palavras-chave: management; gestão estratégica; processo.

[1] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[2] Graduanda do Curso de Administração - FAMETRO.
[3] Docente da disciplina Estágio Supervisionado II do Curso de Administração - FAMETRO.

1. INTRODUÇÃO

A escolha da temática Management para esta pesquisa bibliográfica é essencial para entender o ambiente em que uma empresa opera e tomar decisões estratégicas bem fundamentadas. Esse processo envolve uma série de etapas fundamentais que ajudam a mapear o mercado, a concorrência e o posicionamento da própria organização.

O management é um modelo de gestão empresarial que requer uma visão macro, que vai além das questões diretamente relacionadas ao negócio. É importante observar o cenário econômico mundial, as questões políticas locais, os assuntos em destaque no momento, as crises ambientais e as condições sociais. Embora alguns desses fatores possam parecer distantes da realidade da empresa, eles podem ter impactos significativos no futuro dos negócios. Compreender essas variáveis ajuda a prever possíveis desafios e oportunidades que possam surgir, permitindo que a empresa se prepare adequadamente.

Outro fator importante característico do management é o olhar para o ambiente interno, igualmente a entender como o ambiente externo impacta a empresa internamente. Isso envolve ter consciência sobre o posicionamento atual da marca, suas oportunidades e fraquezas. Esse diagnóstico interno permite que a empresa compreenda melhor seu cenário atual e desenvolva estratégias que alavanquem suas forças e mitiguem suas fraquezas.

Assim, o management é uma ferramenta da Administração que proporciona uma visão mais rica e detalhada do cenário empresarial. Decisões internas com a corresponsabilidade dos colaboradores são valiosas, uma vez que fornecem insights sobre a percepção desses profissionais e identificam áreas de melhoria.

Portanto, o management bem aplicado é responsável por coordenar todos os recursos disponíveis, sejam humanos, tecnológicos ou financeiros, de forma a garantir que os objetivos estratégicos sejam alcançados de maneira eficaz; proporcionar uma abordagem ampla e estruturada internamente, permitindo analisar diversos fatores que impactam diretamente a gestão da empresa. Por isso, se torna crucial discutirmos a temática management com intuito de propor soluções que aumente a competitividade e sustentabilidade no longo prazo de uma gestão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. MANAGEMENT E GESTÃO ESTRATÉGICA

A gestão estratégica é um desdobramento do management de gerenciamento organizacional focado na estratégia de negócios, com o propósito de definir o caminho a ser seguido para alcançar os objetivos estratégicos. Isso envolve ações de planejamento, organização, liderança e controle para criar vantagens competitivas.

Por meio desse modelo de gestão, os líderes empresariais desenvolvem ações e iniciativas alinhadas à estratégia da empresa, integrando-a no dia a dia da organização.

Por exemplo, se um dos objetivos estratégicos da empresa é melhorar seu posicionamento no mercado, as atividades das equipes, especialmente de marketing, serão direcionadas para alcançar essa meta. Dessa forma, as organizações passam a operar com base na estratégia, implementando ações focadas em atingir os objetivos estratégicos, reforçando sua missão e visão.

A missão e a visão organizacional são conceitos fundamentais na gestão estratégica, pois entender esses elementos permite uma compreensão mais profunda da organização no contexto de seus ambientes internos e externos. (REIS, 2017).

A implementação do management a partir da gestão estratégica, a qual visa aplicar e medir a estratégia empresarial nas ações cotidianas, pode ser um dos maiores desafios para o negócio. Para facilitar esse processo, existem alguns passos que podem ser seguidos: análise do ambiente, formulação estratégica, estruturação da execução e monitoramento do desempenho:

- Análise de Ambiente: é realizada para compreender a realidade na qual a empresa está inserida. Nesse contexto, são avaliados tanto os ambientes internos quanto externos da organização, além das oportunidades que eles apresentam. Nesta fase, é comum que os gestores utilizem a Matriz SWOT, uma ferramenta de gestão que avalia cenários e perspectivas, permitindo a formulação de estratégias com base nas informações obtidas.

- Formulação Estratégica: seu objetivo é criar um plano de ação para alcançar os objetivos estratégicos identificados na etapa anterior. Nesta fase, são estabelecidas as metas que a empresa precisa atingir e os melhores caminhos para alcançá-las. Um dos métodos mais utilizados nesta etapa é o ciclo PDCA, um framework que permite desenvolver planos de ação mais precisos, baseando-se em uma análise detalhada dos processos da organização.

- Estruturação da Execução: nela, as ações planejadas anteriormente são colocadas em prática. Este é o momento de testar hipóteses e padronizar aquelas que obtiveram sucesso, com o objetivo de criar um processo de alta eficiência e desempenho. Nesta fase, se pode utilizar frameworks como o Balanced Scorecard, que ajuda a acompanhar as ações desenvolvidas para atingir a estratégia.

- Monitoramento da Estratégia: é crucial para entender o progresso e o desenvolvimento da mesma. Com base nas informações coletadas, se pode ajustar o rumo, identificando novas direções ou eliminando ações que não estão funcionando. Para isso, é importante estabelecer indicadores que estejam relacionados aos objetivos e às metas a serem alcançadas, de forma a monitorar o desempenho de cada atividade realizada.

Como vimos, esses procedimentos que envolvem o management e a gestão estratégica são de extrema importância para administração, já que mostram processos que impactam diretamente no sistema organizacional e nas tomadas de decisão nas organizações.

2.2. MANAGEMENT E A TOMADA DE DECISÃO

Management é um modelo inovador de liderança que coloca o gerenciamento como uma responsabilidade de toda a equipe de trabalho e está diretamente ligado a todas as funções administrativas: planejamento, organização, direção e controle, sendo um processo inseparável de todas essas funções.

Esse modelo inovador representa uma escolha entre diversas possibilidades ou alternativas disponíveis, ele é tomado para resolver problemas ou aproveitar oportunidades a partir de tomada de decisão.

O processo de tomada de decisão pode ser classificado com base no tipo de decisão, sendo dividido em decisões programadas e não programadas.

Decisões programadas ou estruturadas são aquelas que se aplicam a situações rotineiras e repetitivas, usadas para resolver problemas do dia a dia. Elas são apropriadas para contextos de certeza e previsibilidade, onde há informações suficientes e adequadas disponíveis.

As decisões programadas ajudam a acelerar o processo decisório e garantem uma maior uniformidade nas decisões. Esse tipo de decisão é mais adequado para ambientes estáveis.

Por outro lado, as decisões não programadas ou não estruturadas são aquelas que se aplicam a situações novas e não repetitivas, usadas para lidar com problemas não rotineiros. Essas decisões são mais complexas e exigem criatividade, inovação e improvisação. São necessárias quando soluções padronizadas não são eficazes para lidar com o tipo de situação enfrentada.

O processo de tomada de decisão também pode ser classificado de acordo com o nível organizacional em que ocorre, dividindo-se em três níveis: estratégico, tático e operacional:

- Decisões Estratégicas são realizadas no nível estratégico por gestores de alta administração. Essas decisões abrangem questões que afetam a organização como um todo, bem como aspectos relacionados às interações da empresa com o ambiente externo. O Planejamento Estratégico serve como ponto de partida e foca na previsão do futuro da organização a longo prazo (ARAÚJO, 2021).

- Decisões Táticas ocorrem no nível tático da organização, sendo feitas por gerentes e chefes de departamentos ou divisões. Essas decisões se concentram em questões específicas a uma unidade organizacional particular. O Planejamento Tático é mais limitado, focando no nível departamental, e estabelece os objetivos e condições necessárias para alcançar as metas definidas.

- Decisões Operacionais são tomadas no nível operacional, geralmente por supervisores e estão relacionadas à execução de tarefas ou atividades específicas. O Planejamento Operacional envolve todos os níveis da organização que acompanham as rotinas diárias, assegurando que todas as operações sejam realizadas conforme planejado.

Assim, Management a partir das tomadas de decisão determina a direção geral da empresa, traduz essa direção em ações mais específicas, e garante a implementação dos planos; lembrando que essas decisões não sejam tomadas apenas pelos gestores e, sim, pelos diversos colaboradores da empresa.

2.3. MANAGEMENT E SEUS DESDOBRAMENTOS NAS ORGANIZAÇÕES

Management, em suas diversas facetas, desempenha um papel relevante na eficácia e no sucesso de qualquer organização. Seja no contexto da gestão estratégica, da gestão de tecnologia da informação ou das relações com clientes e investidores, uma abordagem bem estruturada e proativa pode transformar desafios em oportunidades e promover um crescimento sustentável.

Por exemplo, management orienta a empresa na definição e alcance de seus objetivos a longo prazo, alinhando suas operações diárias com sua visão e missão. Através de uma análise setorial detalhada, as organizações podem compreender melhor o ambiente em que operam e ajustar suas estratégias para responder a mudanças no mercado, na concorrência e nas demandas dos clientes.

No campo da tecnologia da informação, management utilizado de forma eficiente não apenas garante a implementação e manutenção de sistemas que suportam as operações da empresa, mas também assegura que os recursos tecnológicos sejam utilizados de maneira inteligente e segura. Isso inclui a adaptação às novas tecnologias e a proteção contra riscos cibernéticos, o que é fundamental para a continuidade e a competitividade dos negócios.

No campo da gestão das relações com clientes e investidores é igualmente vital, pois influencia diretamente a percepção da empresa e sua capacidade de estabelecer e manter parcerias valiosas. Um atendimento ao cliente de qualidade e uma comunicação transparente com investidores são elementos-chave para construir e fortalecer esses relacionamentos, promovendo a lealdade dos clientes e o apoio contínuo dos investidores.

2.3.1. MANAGEMENT E GESTÃO DE TECNOLOGIA

A relação entre gestão da tecnologia e management tem se tornado um campo cada vez mais relevante no cenário digital atual, ela compreende a supervisão do uso de sistemas de informação para garantir que sejam utilizados de maneira eficiente e eficaz dentro de uma organização.

Sob a responsabilidade de um gestor de Tecnologia da Informação (TI), essa área abrange diversas atividades, como a implementação de novas tecnologias e aplicações de software.

Devido a essa importância crescente, o mercado de trabalho para gestores de tecnologia tem experimentado um aumento significativo ao longo dos anos. A Gestão de Tecnologia consiste na prática de administrar sistemas de informação com o objetivo de apoiar as operações e alcançar os objetivos empresariais. (CRUZ, 2019).

Essa gestão envolve o planejamento, organização, implementação, controle e manutenção dos sistemas de TI, além da avaliação de sua eficiência. Trata-se de gerenciar os softwares e hardwares que ajudam as empresas a melhorar sua eficiência, garantindo, ao mesmo tempo, a segurança dos dados.

Um gestor de TI desempenha um papel essencial na garantia de que a empresa utilize a tecnologia de maneira eficiente e estratégica. Ele é o responsável pelo gerenciamento do processamento de informações dentro da organização, o que envolve a identificação das melhores estratégias e ferramentas para o uso, armazenamento e monitoramento de dados empresariais.

Para desempenhar essas funções de forma eficaz, o gestor de TI deve possuir um vasto conhecimento técnico e habilidades práticas em várias disciplinas da tecnologia. Ele deve estar atualizado com as últimas tendências tecnológicas e práticas de segurança, além de ser capaz de gerenciar equipes e orçamentos, desenvolver políticas de tecnologia e alinhar as iniciativas de TI com os objetivos estratégicos da organização. Portanto, o papel de um gestor de TI é fundamental não apenas para a eficiência operacional, mas também para a inovação e o crescimento sustentado da empresa.

2.3.2. MANAGEMENT E O RELACIONAMENTO COM CLIENTES E INVESTIDORES

É amplamente reconhecido que um atendimento de qualidade tem um impacto significativo na forma como o público interage com a marca. Quando a empresa foca na resolução eficaz dos problemas dos clientes, ela constrói um relacionamento positivo e duradouro.

Algumas empresas estão tão dedicadas a oferecer um excelente atendimento que disponibilizam serviços 24 horas por dia. Isso garante que o cliente se sinta valorizado, sabendo que pode contar com atendimento a qualquer hora do dia.

O relacionamento com o cliente é um conceito que descreve a conexão estabelecida entre uma empresa e seus consumidores. É uma abordagem estratégica que abrange todo o ciclo de vendas, com o objetivo de encantar e fidelizar os clientes.

As parcerias com clientes podem servir como uma estratégia para o crescimento, facilitando a atração e retenção dessas pessoas, além de fortalecer o seu relacionamento. Esse trabalho é realizado em colaboração entre diferentes atores do mercado que não pertencem ao mesmo setor ou não competem diretamente. Além disso, é importante que os clientes dessas empresas compartilhem interesses comuns, permitindo que produtos e/ou serviços sejam combinados para oferecer benefícios e atrair consumidores.

Não importa se é uma grande empresa ou um pequeno negócio; é essencial estabelecer contatos com clientes que complementem seus serviços. Além disso, dependendo do setor, formar parcerias com outras empresas do mesmo ramo pode ser altamente vantajoso.

O relacionamento com investidores, por sua vez, pode ser definido como o conjunto de interações que ocorrem desde o primeiro contato e solicitação de orçamento até o acompanhamento pós-venda.

Assim, é um processo muito mais abrangente do que a visão limitada de venda que geralmente se tem. Como todas as organizações dependem de parceiros para suas diversas atividades, é fundamental contar com um fornecedor que cumpra prazos, forneça materiais e serviços de qualidade, e esteja em conformidade com as leis e obrigações fiscais. Esse cuidado é essencial para a saúde da empresa. Ademais, uma gestão eficaz de fornecedores facilita o fortalecimento dos relacionamentos e pode trazer vantagens significativas para o seu negócio.

O cenário político brasileiro está em constante mudança, com a criação e aprimoramento de leis que afetam tanto o setor público quanto o privado. Nesse contexto, é fundamental que as organizações estejam atentas para estabelecer um fluxo contínuo de relações institucionais e governamentais, a fim de se manter atualizadas sobre os efeitos das movimentações políticas. Manter-se informado sobre as decisões dos governos federal, estadual e municipal é crucial não apenas para garantir vantagens competitivas, mas também para identificar possíveis impactos negativos que as novas leis podem ter sobre os negócios. (LAURINDO, 2016).

Assim, o relacionamento com investidores é uma componente essencial na gestão de uma startup, oferecendo vantagens importantes como acesso a recursos financeiros e a oportunidade de expandir a base de acionistas. No entanto, essa relação também apresenta desafios significativos. Os investidores podem ser exigentes, com altas expectativas e exigir transparência e uma comunicação eficaz por parte da empresa. Além disso, a instabilidade do mercado financeiro pode impactar o desempenho da empresa e, por conseguinte, a relação com os investidores.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O management é um fator determinante para o sucesso organizacional. Ele requer uma abordagem integrada que considera a análise do ambiente, a definição de estratégias claras, a implementação de tecnologias apropriadas e a construção de relacionamentos sólidos.

Com uma aplicação do management bem planejada e executada, as organizações estão mais bem preparadas para enfrentar desafios, aproveitar oportunidades e alcançar seus objetivos de forma sustentável.

Além disso, esse tipo de modelo de gestão nas organizações considera diversos aspectos essenciais, como o mercado, a concorrência, o público-alvo e a demanda por produtos ou serviços, visando obter uma visão clara do cenário competitivo e das condições que afetam a operação da empresa.

Em geral, management é realizado por todos os colaboradores das diversas equipes da empresa, os quais utilizam essa abordagem para entender melhor as dinâmicas do setor e como elas podem impactar o negócio.

Um dos focos do management está em identificar fatores que possam influenciar positiva ou negativamente a organização. Entre esses fatores estão a realidade econômica, as forças e fraquezas internas da empresa, as oportunidades de venda, as tendências de mercado e novas descobertas que ainda não foram mapeadas. Ao identificar e avaliar esses elementos, a empresa pode desenvolver estratégias mais informadas e eficazes para se adaptar ao ambiente de negócios, aproveitar oportunidades e mitigar riscos.

Dessa forma, o management se torna uma ferramenta primordial para o planejamento estratégico e a tomada de decisões, permitindo que a empresa se posicione de maneira competitiva no mercado.

REFERÊNCIAS

[1] ARAUJO, Luis César. **Organização, sistemas e métodos e as tecnologias de gestão organizacional**. 5. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Atlas, 2021.

[2] CARREIRA, Dorival. **Organização, sistemas e métodos**: ferramentas para racionalizar as rotinas de trabalho e a estrutura organizacional da empresa. São Paulo: Saraiva, 2019.

[3] CRUZ, Tadeu. **Bpm & Bpms Business Process Management & BusinessManagement Systems**. 2.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2009.

[4] LAURINDO, Fernando José Barbin; ROTONDARO, Roberto Gilioli. **Gestão integrada de processos e da tecnologia da informação**. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

[5] PAIM, Rafael; CARDOSO, Vinícius; CAULLIRAUX, Heitor; CLEMENTE, Rafael. **Gestão de processos**: pensar, agir e aprender. São Paulo: Bookman, 2019.

[6] TACHIZAWA, Takeshy. **Organização flexível**: qualidade na gestão por processos. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

www.poisson.com.br
contato@poisson.com.br

@editorapoisson

https://www.facebook.com/editorapoisson

Produzir & Publicar